



جمهورية العراق
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة بابل
كلية القانون

المسؤولية الجزائية الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات - دراسة مقارنة -

أطروحة تقدم بها الطالب
احمد زغير مجهول العيساوي
إلى مجلس كلية القانون / جامعة بابل
وهي جزء من متطلبات نيل درجة دكتوراه فلسفة في القانون العام

بإشراف

الدكتورة إسراء محمد علي سالم

أستاذ القانون الجنائي

٢٠٢٢ م

١٤٤٤ هـ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

"رَبَّنَا إِنَّكَ تَعْلَمُ مَا نُخْفِي وَمَا نُعَلِنُ ۗ وَمَا يَخْفَىٰ عَلَيَّ
اللَّهُ مِنْ شَيْءٍ فِي الْأَرْضِ وَلَا فِي السَّمَاءِ"

صدق الله العلي العظيم

سورة ابن اھيم / الآية (٣٨)

الإهداء

إلى بقية الله في أرضه ..

إلى اللذين غرسا في قلبي حب العلم وسهرا على راحتني

أبي رحمه الله... وأمي أطال الله في عمرها

إلى كل من علمني حرفاً ...

إلى إخوتي ... وأخواتي ...

إلى زوجتي ... وأطفالي ... فاطمة ... حيدر ... مسلم.

شكر و عرفان

الحمد لله جل ثناؤه والصلاة والسلام على نبيه المصطفى صلى الله عليه واله وسلم .

لا يسعني بعد أن أقر الله بنعمته عليّ في إتمام هذه الاطروحة، إلا أن أقدم شكري وتقديري وعظيم امتناني إلى استاذتي (الدكتورة أسراء محمد علي سالم) التي تفضلت في الإشراف والمتابعة على هذه الاطروحة، وكانت لي خير مشرف ومعلم ولولاها لما ظهرت هذه الدراسة على ما هي عليه فجزاها الله عني خير الجزاء واسأله ان يمن عليها وذويها بدوام الصحة والعافية .

وأقدم ببالغ عبارات الامتنان والعرفان إلى السيد عميد كلية القانون والسيد رئيس قسم القانون العام وجميع الاساتذة في هذه الكلية المعطاء لا سيما أساتذتي في السنة التحضيرية لما قدموه من فضل كبير لي، كما أقدم شكري الى الاهل والاصدقاء الذين احاطوني بالرافة والاهتمام، ولا يفوتني أن أتقدم بالامتنان إلى زملائي في المرحلة التحضيرية متمنياً لهم السداد .

وختاماً لا يسعني الا ان اتقدم بأجمل آيات الشكر والعرفان لكل من كان له فضل في إتمام هذه الاطروحة، فجزا الله الجميع عني خير الجزاء انه هو السميع العليم .

الباحث

المستخلص

تعد الاعلانات احدى الوسائل الاتصالية التي يلجأ اليها المعنون للتعريف بالسلع والخدمات وقد اكتسبت مكانة مهمّة في عصرنا واتسعت استعمالاتها و ازدادت أهميتها لاسيما بعد التطور والتقدم الذي رافق مختلف النشاطات الخدمية والتجارية والصناعية الاعلانية في كل مرحلة من مراحل تنامي وتقدم الحياة حتى باتت الاعلانات ضرورة من ضرورات الحياة ، فلا يمكن تصوّر وجود مجتمع متطوّر بدون اعلانات فهي سمة العصر نظراً لارتباطها بحياة الفرد اليوميّة، وان أهم ما تتسم به الاعلانات هي القدرة على التأثير النفسي والذهني بالنسبة للمتلقّي وتعديل اتجاهاته السلوكية، من خلال احاطتها بالإنسان أينما توجه وحينما نظر ، سواء في بيته أم عمله وسواء شاء ذلك أم لم يشأ، واذا كان هنالك عدة تسميات اطلقت على هذا العصر كتسمية عصر المعلومات أو عصر التسويق أو عصر الكمبيوتر فيمكن ان نسميه عصر الاعلانات ، الا أن زيادة استعمال تلك الاعلانات وتنوع مجالاتها أفرز قيام البعض بمخالفة ضوابطها الشكلية او الموضوعية ، إذ أن من يباشر تلك الاعلانات هم اشخاص يعرفون حقيقة ما يعلنون عنه لكونهم أما محترفين اعلانات ، أو اصحاب مكاتب نشر، أو مؤسسات اعلانية وهم يسعون الى استعمال كافة الوسائل والأساليب لتحقيق أهدافهم حتى وان أدى ذلك لمخالفة الاماكن المخصصة لوضع الاعلانات ، أو تأسيس مكتب اعلانات بدون إجازة أو ممارسة الغش في الاعلانات او الاعلانات عن الاشياء المخلة بالحياء أو الآداب أو أي مخالفة للضوابط الشكلية أو الموضوعية للاعلانات، إذ لا يوجد قانون مختص بتنظيم الاعلانات في العراق ويحدد المسؤولية الجزائية لمرتكب تلك المخالفات ، لذا تناولنا بعض الجرائم الناشئة عن مخالفة تلك الضوابط سواء تم النص عليها في قانون العقوبات او القوانين الخاصة.

ومن الاسباب الرئيسية لبحث هذا الموضوع هو محاولة الاجابة على الكثير من التساؤلات التي تثار بصددنا منها هل ان قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان العراقي نظم الاعلانات وحدد أنواعها وأساليبها ووسائلها ونص على المسؤولية الجزائية الناشئة عن مخالفة أحكامها ، وكذلك لتحديد من هو المسؤول جزائياً عن مخالفة ضوابط الاعلانات هل انه المعلن فقط ام مكاتب وشركات الاعلانات والمؤسسات الاعلانية ، وكذلك تحديد انواع الجرائم الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات والعقوبات المقررة لتلك المخالفات.

المحتويات

الصفحة	الموضوع
٤-١	المقدمة
٦٨-٥	الفصل الاول: ماهية المسؤولية الجزائرية الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات
٤٣-٦	المبحث الاول: مفهوم المسؤولية الجزائرية الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات
٢٩-٦	المطلب الاول: التعريف بالمسؤولية الجزائرية الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات وصورها
٢٢-٧	الفرع الاول: تعريف المسؤولية الجزائرية الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات وصورها
١٤-٧	اولاً: تعريف المسؤولية الجزائرية الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات
٢٢-١٤	ثانياً: صور المسؤولية الجزائرية الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات
٢٩-٢٣	الفرع الثاني : الاساس القانوني للمسؤولية الجزائرية الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات
٢٥-٢٣	اولاً: اساس المسؤولية الجزائرية الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات في الدساتير والقوانين العقابية
٢٩-٢٥	ثانياً: اساس المسؤولية الجزائرية الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات في القوانين الخاصة
٣٣-٢٩	المطلب الثاني : ذاتية جرائم مخالفة ضوابط الاعلانات المنشئة للمسؤولية الجزائرية
٣٥-٣٠	الفرع الاول : خصائص جرائم مخالفة ضوابط الاعلانات المنشئة للمسؤولية الجزائرية
٣٢-٣٠	اولاً : القاعدة والاستثناء في طبيعة الاعلانات
٣٢-٣٢	ثانياً: الاعتداد بالأسلوب الايجابي في التجريم
٣٣-٣٢	ثالثاً: الوسيلة المعتمدة في ابرام الاعلانات

٣٤-٣٣	رابعاً: من حيث جسامة الفعل المرتكب
٣٥-٣٤	خامساً: تنوع المصالح المعتبرة في تجريم مخالفة ضوابط الاعلانات
٤٣-٣٥	الفرع الثاني : تمييز جرائم مخالفة ضوابط الاعلانات المنشئة للمسؤولية الجزائية عما يشابهها
٣٩-٣٥	اولا : تمييز جرائم مخالفة ضوابط الاعلانات عن جرائم مخالفة ضوابط الدعاية
٤٢-٣٩	ثانيا: تمييز جرائم مخالفة ضوابط الاعلانات عن جرائم مخالفة ضوابط الاعلام
٤٣-٤٢	ثالثا: تمييز جرائم مخالفة ضوابط الاعلانات عن جرائم مخالفة ضوابط الترويج التجاري
٦٨-٤٤	المبحث الثاني : الاعلانات بوصفها محلا لتجريم مخالفة ضوابطها
٥٣-٤٤	المطلب الاول : التعريف بالاعلانات بوصفها محلا لتجريم مخالفة ضوابطها
٤٦-٤٥	الفرع الاول : تعريف الاعلانات
٥٣-٤٦	الفرع الثاني : انواع الاعلانات
٤٩-٤٦	اولا : أنواع الاعلانات من حيث وسائلها
٥٢-٥٠	ثانيا : أنواع الاعلانات من حيث مصدرها
٥٣-٥٢	ثالثا : أنواع الاعلانات من حيث نطاقها
٦٨-٥٣	المطلب الثاني : ضوابط الاعلانات المنشئة للمسؤولية الجزائية في حال مخالفتها
٦١-٥٤	الفرع الاول: الضوابط الشكلية للاعلانات المنشئة للمسؤولية الجزائية في حال مخالفتها
٥٥-٥٤	اولا : تقديم طلب الحصول على اجازة ممارسة نشاط الاعلانات
٥٧-٥٥	ثانيا: أن يمارس النشاط الاعلاني من اشخاص مختصين
٥٩-٥٧	ثالثا: أن تكون لغة الاعلانات هي اللغة الرسمية

٦١-٥٩	رابعاً: أن توضع الاعلانات في المحلات المأذون بها
٦٨-٦١	الفرع الثاني: الضوابط الموضوعية للاعلانات المنشئة للمسؤولية الجزائية في حال مخالفتها
٦٣-٦١	اولا : أن يكون مضمون المادة الاعلانية خاليا من التجاوز على المبتكرات والمصنفات المحمية
٦٤-٦٣	ثانيا : أن لا يكون مضمون المادة الاعلانية مخلا بالحياء او الاداب العامة
٦٥-٦٤	ثالثا : أن تكون الاعلانات محلية
٦٨-٦٦	رابعاً: أن تحتوي الاعلانات على البيانات الجوهرية والخصائص الاساسية
١١٤-٦٩	الفصل الثاني: بعض الجرائم المخالفة للضوابط الشكلية للاعلانات
٩٦-٧١	المبحث الاول : جريمة وضع الاعلانات في غير المحلات المأذون بها
٨٩-٧٣	المطلب الاول : أركان جريمة وضع الاعلانات في غير المحلات المأذون بها
٧٧-٧٤	الفرع الاول : الركن الخاص
٨٩-٧٧	الفرع الثاني: الاركان العامة
٨٧-٧٧	اولا : الركن المادي
٨٩-٨٧	ثانيا : الركن المعنوي
٩٦-٨٩	المطلب الثاني: عقوبة جريمة وضع الاعلانات في غير المحلات المأذون بها
٩٤-٩٠	الفرع الاول : العقوبات الاصلية
٩٦-٩٥	الفرع الثاني: العقوبات الفرعية
١١٤-٩٧	المبحث الثاني : جريمة تأسيس مكتب اعلانات بدون اجازة
١٠٩-١٠٠	المطلب الاول : أركان جريمة تأسيس مكتب اعلانات بدون اجازة

١٠٦-١٠٠	الفرع الاول : الركن المادي
١٠٩-١٠٦	الفرع الثاني: الركن المعنوي
١١٤-١٠٩	المطلب الثاني: عقوبة جريمة تأسيس مكتب اعلانات بدون اجازة
١١٢-١١٠	الفرع الاول : العقوبات الاصلية
١١٤-١١٢	الفرع الثاني: العقوبات الفرعية
١٦٧-١١٥	الفصل الثالث: بعض الجرائم المخالفة لضوابط الموضوعية للاعلانات
١٤٣-١١٦	المبحث الاول : جريمة ممارسة المعلن الغش في الاعلانات التجارية
١٣٥-١٢٠	المطلب الاول : أركان جريمة ممارسة المعلن الغش في الاعلانات التجارية
١٢٥-١٢١	الفرع الاول : الركن الخاص
١٢٣-١٢١	اولاً: صفة الجاني
١٢٥-١٢٣	ثانياً: محل الجريمة
١٣٥-١٢٥	الفرع الثاني: الاركان العامة
١٣٣-١٢٥	اولا : الركن المادي
١٣٥-١٣٣	ثانيا : الركن المعنوي
١٤٣-١٣٥	المطلب الثاني: عقوبة جريمة ممارسة المعلن الغش في الاعلانات التجارية
١٣٨-١٣٥	الفرع الاول : العقوبات الاصلية
١٤٣-١٣٨	الفرع الثاني: العقوبات الفرعية
١٦٧-١٤٣	المبحث الثاني : جريمة الاعلان عن الاشياء المخلة بالحياء او الآداب العامة

١٥٩-١٤٧	المطلب الاول: أركان جريمة الاعلان عن الاشياء المخلة بالحياء او الآداب العامة
١٤٩-١٤٧	الفرع الاول : الركن الخاص
١٥٩-١٤٩	الفرع الثاني: الاركان العامة
١٥٨-١٤٩	اولا : الركن المادي
١٥٩-١٥٨	ثانيا : الركن المعنوي
١٦٧-١٦٠	المطلب الثاني: عقوبة جريمة الاعلان عن الاشياء المخلة بالحياء او الآداب العامة
١٦٢-١٦٠	الفرع الاول : العقوبات الاصلية
١٦٧-١٦٣	الفرع الثاني: العقوبات الفرعية
١٧١-١٦٨	الخاتمة
٢٠٥-١٧٢	المصادر
b-c	Abstract

المقدمة

اولاً: موضوع الدراسة:

تحظى الاعلانات بأهمية كبيرة في الوقت الحاضر ، سواء في مجال النشاطات التجارية أو الخدمات الحكومية ، فتعد من أبرز وسائل التجار والمنتجين أو مقدمي الخدمات للاعلان عن منتجاتهم أو بضائعهم أو خدماتهم وتمييزها عما يشابهها من منتجات أو بضائع أو خدمات منافسيهم ، كما أنها تمثل وسيلة اتصال فاعلة لتعريف الأفراد بما يُفضّلون أو بما يلقي عندهم قبولاً أكثر ، فتُعد الاعلانات من أبرز معالم الحياة المعاصرة من خلال ما تقوم به من تعريف الافراد بالخدمات والمنتجات بالأساليب والوسائل المختلفة سواءً كانت ثابتة كاللافتات الضوئية التي توضع على الطرق وعلى المباني والرسوم على الجدران، أم ما كان منها مكتوباً او مقروءاً كالصحف والمجلات والكتيبات الاعلانية والنشرات التوضيحية، فضلاً عن الوسائل المرئية والسمعية والتي تتمثل بالإذاعة والتلفاز والسينما وشبكة الأنترنت وغيرها ، وعلى الرغم من الأدوار الايجابية التي تمارسها الاعلانات، فهي قد تصبح مصدر ازعاج وازدراء للأفراد أو المجتمع فيما لو تم مخالفة ضوابطها القانونية كما لو تم وضعها في غير الأماكن المخصصة لها أو أنها تضمنت غشاً في ما يعلن عنه أو أنها وصلت للأفراد بطريقة مخلة بالحياء أو الآداب العامة وغيرها من المخالفات .

ثانياً: أهمية الدراسة:

إن بروز ظاهرة مخالفة ضوابط الاعلانات كظاهرة اجتماعية سلبية تشمل آثارها الفرد والمجتمع على حد سواء ، أمر يستلزم من القانون بوصفه أداة التنظيم في المجتمع ضرورة التصدي لهذه الظاهرة ، وعلى ضوء ما تقدم يمكن إبراز الأهمية الخاصة التي يحتلها موضوع الدراسة، إذ إن عصر المعلوماتية ارتقى بالاعلانات الى مكانة لم تكن معهودة من قبل لا سيما الاعلانات التجارية منها، فصارت ذات أثر كبير في استثارة رغبات الناس ودفعهم لإقتناء السلع والخدمات المعلن عنها وطالما كانت رغبات المعلنين والمنتجين والموزعين هي تحقيق أعلى مقدار من الأرباح لذا، فقد افرز الواقع قيام المعلنين بممارسة الغش في اعلاناتهم ومخالفة ضوابط تلك الاعلانات بشتى الوسائل وحيث أن كل فرد من الافراد أيّ بلغت قوته الاقتصادية وخبراته الفنية لا

يستطيع ان يلعب دور المنتج على الدوام إذ إنه مضطر لأن يكون مستهلكاً لسلعة ما أو لعدة سلع وبالتالي كل منا بحاجة لحماية من مخالفة ضوابط الاعلانات.

وتمثل هذه الدراسة محاولة للتعريف بالاعلانات وبيان أنواعها ووسائلها وأساليبها وكذلك لبيان المسؤولية الجزائية لمن يخل بالالتزامات والضوابط ونوع المسؤولية ومعرفة الجرائم الناشئة عن مخالفة ضوابطها الشكلية والموضوعية ، وبيان أركان تلك الجرائم والعقوبات المنصوص عليها ومدى تناسبها مع الآثار المترتبة عليها ، وبيان فيما إذا كان تقرير مسؤولية المخالف لضوابط الاعلانات يتعارض مع مبدأ احترام حرية ممارسة العمل الاعلاني وعدم المساس بها أم أن ذلك المبدأ مقيد بأن تكون الاعلانات مؤطرة بالضوابط القانونية ، وما يزيد من أهمية هذه الدراسة هو عدم وجود دراسة قانونية تعالج مخالفة ضوابط الاعلانات بصورة مباشرة، إذ اقتصرت دراسات الفقه القانوني في هذا الصدد على معالجة بعض الجوانب المتعلقة بحماية المستهلكين وفي نطاق القانون الخاص .

ثالثاً : مشكلة الدراسة:

يعد موضوع الاعلانات من المواضيع المعاصرة المهمة التي لها مساس مباشر بالمواطنين وهي تثير العديد من الاشكالات في ضوء عدم وجود التشريع المنظم لها وبالتالي كان لابد من العناية بهذا الموضوع والبحث فيه لمعالجته ومن هذه المشكلات التي تثار هي النقص التشريعي لموضوع الاعلانات وعدم معالجة المشرع العراقي لها في قانون خاص ، مع وجود معالجة لبعض ضوابط الاعلانات في قوانين خاصة متفرقة بين قوانين العقوبات وقوانين الاعلانات وقوانين حماية المستهلك ، كما أن قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان يقتصر على بيان بعض القواعد الموضوعية التنظيمية لمكاتب الاعلانات .

وكذلك بخصوص المسؤولية الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات الحكومية التي تختلف عادةً عن الاعلانات الأخرى من حيث مصدرها ووسائلها فهي تخضع لأحكام القوانين الخاصة بالوزارات والمؤسسات، وكذلك الأمر بالنسبة للاعلانات خارج العراق التي تختلف بأحكامها من حيث الجهة التي تمنح الأذن بها وكذلك من يمارسها وأماكن وضعها.

ومما يثار ايضاً هو بيان الجهات المختصة بمنح الأذن لممارسة الاعلانات في المحافظات في ظل اتساع النشاطات الاعلانية لكل انحاء البلد وبيان صلاحيات تلك الجهات ومدة الاذن الممنوح وتحديد المسؤولية الجزائية بحق من يخالفها سواء كان في مكاتب الاعلانات أو الوكالات والشركات الاعلانية أو رؤساء التحرير .

ومن المشكلات في هذه الدراسة ايضاً هو عدم إمكانية حصر أساليب ووسائل الاعلانات سواء في الوقت الحالي أو المستقبلي، لأنها عبارة عن مجموعة أفكار متجددة لا تتفق عند وسيلة واحدة مما يثير صعوبة تحديد المسؤولية الجزائية للمعلنين في ظل وجود نصوص لا تواكب الأساليب الحديثة للاعلانات .

رابعاً : منهجية الدراسة:

تناولنا الموضوع من خلال اتباع المنهج التحليلي المقارن ، وذلك من خلال الرجوع إلى المصادر ومناقشة الآراء الفقهية المتعلقة بموضوع الدراسة ، أما كونها دراسة مقارنة فهي تقوم على التحليل للنصوص القانونية المتعلقة بالموضوع ومقارنتها مع نصوص القوانين المصرية والجزائرية ، وكان سبب اختيار قوانين هاتين الدولتين أن مصر صدرت فيها قوانين حديثة تُنظيم الاعلانات واعتمدت نظام خاص للاعلانات يضمن تجارية وحرية ممارستها من قبل الكافة ، أما الجزائر فهي مثال للانغلاق الاعلاني بالنسبة للقطاع الخاص ومباشرة الاعلانات من جهة حكومية واحدة متخصصة بذلك وهي الوكالة الوطنية للنشر والاشهار .

خامساً : نطاق الدراسة

إن موضوع المسؤولية الجزائية الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات من الموضوعات الواسعة بالنظر لارتباطه بعدد من القوانين كالقوانين العقابية والقوانين الخاصة بالاعلانات وقوانين حماية المستهلك وقوانين الطرق العامة وغيرها ، ولذلك فإن دراستنا لهذا الموضوع سوف لا تنحصر في نطاق قانون العقوبات وإنما تمتد لتشمل قوانين حماية المستهلك وقوانين الاعلانات وغيرها من القوانين العراقية والمقارنة كلما اقتضت الضرورة لذلك، إذ إن الاحاطة بكافة الجرائم الناشئة عن

مخالفة ضوابط الاعلانات الشكلية والموضوعية بصورة كاملة في هذه الدراسة يُعدّ أمراً متعذراً لأن القواعد القانونية التي تحكمها موزعة بين القوانين المختلفة ، عليه فإننا سنقتصر في دراستنا هذه على أربع جرائم معتمدين في ذلك شيوعها وأهميتها .

سادساً : تقسيم خطة الدراسة:

سنتناول دراسة موضوع (المسؤولية الجزائية الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات دراسة مقارنة) في ثلاثة فصول تسبقهم مقدمة ، نخصص الفصل الاول لماهية المسؤولية الجزائية الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات من خلال مبحثين نُفرد المبحث الأول لمفهوم المسؤولية الجزائية الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات ، ونُكرس المبحث الثاني للاعلانات بوصفها محلاً لتجريم مخالفة ضوابطها ، ونتناول في الفصل الثاني بعض الجرائم المخالفة للضوابط الشكلية للاعلانات في مبحثين نُبين في المبحث الأول جريمة وضع الاعلانات في غير المحلات المأذون بها، ونستعرض في المبحث الثاني جريمة تأسيس مكتب اعلانات بدون إجازة ، في حين نتناول في الفصل الثالث بعض الجرائم المخالفة للضوابط الموضوعية للاعلانات في مبحثين نوضح في المبحث الأول جريمة ممارسة المعلن الغش في الاعلانات التجارية ، ونفرد المبحث الثاني لجريمة الاعلان عن الاشياء المخلة بالحياء أو الآداب العامة، وسننهي الدراسة بخاتمة تتضمن أهم ما سنتوصل إليه من استنتاجات ومقترحات .

الفصل الأول

ماهية المسؤولية الجزائية الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات

تعد الاعلانات السمة الأبرز من سمات العصر ويرجع تأريخها إلى العصور القديمة فقد عرفت بصورتها البدائية على أيدي قدماء المصريين إذ وجدت اعلانات على قطعة بردي يرجع تأريخها إلى ألف عام قبل الميلاد تقريباً ، وكذلك وجدت على أبواب المعابد ، أما الإغريق والرومان فقد استخدموا الصيحات المباشرة التي تعري الناس للاعلانات عن سلعهم والترغيب في شراء تلك السلع ، ثم تطورت الاعلانات تطوراً واسعاً بعد اختراع آلة الطباعة و ظهور أول أشكال الإعلانات الموسّعة، كالمصقات المطبوعة والاعلانات الموزّعة باليد ، وبفضل هذا الاختراع شهدت الاعلانات توسعاً وتطوراً كبيرين ، إلا أن الانطلاقة الحقيقية للاعلانات كانت في القرن السابع عشر نتيجة استخدام المطابع وبدء ظهور الصحف ، وفي القرن الثامن عشر لم يقتصر استعمال الاعلانات في مجال واحد بل توسع وشمل عدة نشاطات سواء كانت صحية أم ادارية أم تجارية أم صناعية أم فنية ، واستعملت كذلك من طرف الصحافة والاعلام التي كان لها الدور الكبير في تطويرها وشيوع استعمالها ، أما في القرن العشرين فقد أصبحت الاعلانات جزءاً من هيكل الاقتصاد القومي للمجتمعات إذ مارست دوراً ترويجياً للسلع والخدمات أو لفكرة معينة ، فالناس يعايشون يومياً أشكالاً مختلفة من الاعلانات سواء المطبوعة كالمجلات والصحف أم المصقات الإعلانية على المركبات العامة والمحلات التجارية والمرافق العامة أم الالكترونية أم المرئية والمسموعة أو الالكترونية ، فقد تقوم الجهات المعلنة بشراء مساحات في الصحف والمجلات كما تشتري جزءاً من وقت التلفاز والمذياع لتعرض فيه اعلاناتها فضلاً عن الأشكال الرئيسية في اللافتات الاعلانية وشاشات العرض المخصصة .

ويتطور الحياة وتقدم فنون الاعلانات وكثرة المتخصصين والشركات المعنية بها وارتباطها المباشر في حياة الفرد وسلامته أصبحت الاعلانات هي اللغة التي يتحدث بها المعلنون مع جمهورهم ومن خلالها يتم مخاطبة عقولهم وجذبهم واغراءهم كما أصبحت أداة ارشادية وتوجيهية تستخدمها المؤسسات لإيصال المعلومات للأفراد، وقد أهتمت التشريعات بموضوع المسؤولية الجزائية الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات سواء في القوانين العقابية أم القوانين الخاصة ، عليه سنقسم هذا الفصل على مبحثين نتناول في المبحث الأول مفهوم المسؤولية الجزائية الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات وفي المبحث الثاني الاعلانات بوصفها محلاً لتجريم مخالفة ضوابطها .

المبحث الأول

مفهوم المسؤولية الجزائية الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات

تتمثل المسؤولية الجزائية بسؤال مرتكب السلوك الجرمي عما ارتكبه من فعلٍ مناقض للنظم السائدة في المجتمع، ثم التعبير عن ذلك اللوم الاجتماعي إزاء هذا السلوك بإعطائها مظهراً محسوساً في شكل عقوبة أو تدبير، ونتيجة للتطور في المسؤولية الجزائية أصبحت المسؤولية تقوم على أساس المسؤولية الجماعية بعدما كانت المسؤولية شخصية وعدم جواز مساءلة أي شخص الا عن ما قام بارتكابه من افعال مجرمة التي يعبر عنها بشخصية العقوبة ويعد موضوع المسؤولية الجزائية من المواضيع التي زخرت بها الدراسات القانونية وتناولها العديد من الفقهاء لذا سوف لا نسهب في تناولها الا بالقدر الذي تقتضيه هذه الدراسة .

إن المسؤولية الجزائية الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات لها صورها الخاصة وذاتيتها المميزة لها عن غيرها كما أن أساسها القانوني يتطلب الوقوف على النصوص الواردة في الدساتير والقوانين العقابية والقوانين الخاصة ، لذا سنتناول هذا المبحث بمطلبين نتناول في المطلب الأول التعريف بالمسؤولية الجزائية الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات وصورها ونخصص المطلب الثاني لبيان ذاتية جرائم مخالفة ضوابط الاعلانات المنشئة للمسؤولية الجزائية .

المطلب الأول

التعريف بالمسؤولية الجزائية الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات وصورها

عندما ترتكب إحدى الجرائم الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات فإنه لا بد من البحث عن المسؤول عن الجريمة أو من هو الشخص الذي يعد في نظر القانون مسؤولاً عنها ، والأصل هو أن الإنسان أو الشخص الطبيعي هو الذي يمكن أن يسأل عن الجريمة إلا أن هذه المسؤولية قد تكون عن فعل الغير، كما يمكن أن تُلحَق بالأشخاص المعنوية، وتختلف صور هذه المسؤولية الجزائية فقد تكون صوراَ مباشرة أو غير مباشرة ، عليه سنقسم هذا المطلب على فرعين نتناول في الفرع الأول تعريف المسؤولية الجزائية الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات وصورها ونبين في الفرع الثاني الأساس القانوني للمسؤولية الجزائية الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات .

الفرع الأول

تعريف المسؤولية الجزائية الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات وصورها

تُعدّ المسؤولية الجزائية الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات من المواضيع المعاصرة والمتجددة التي تحمل صوراً متعددة ، عليه سنبين في هذا الفرع تعريف المسؤولية الجزائية الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات و صورها وعلى النحو الآتي .

أولاً: تعريف المسؤولية الجزائية الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات

إن المسؤولية الجزائية الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات مصطلح مركب من عدة مفردات، وعليه سنبين المعنى اللغوي لكل كلمة على انفراد وبعد ذلك نبين معناها الاصطلاحي.

أ- المعنى اللغوي . مصطلح (المسؤولية) مشتق من الفعل الثلاثي (سأل) وأسم الفاعل منه (سائل) أي سؤال مرتكب الجريمة عن سبب سلوكه المخالف للقانون ومناقضاً لنظام المجتمع ومصالحة مما يتطلب اتخاذ الاجراءات القانونية بحقه^(١)، قال تعالى "سَأَلَ سَائِلٌ بِعَذَابٍ وَقِيعٍ"^(٢) و قوله تعالى " وَقِفُوهُمْ إِنَّهُمْ مَسْئُولُونَ"^(٣) ، ويقال سَأَلَ يَسْأَلُ والأمر منه سَلٌ ومن الأول سأل ورجل سؤول وتساءل القوم، سائل بعضهم بعضاً^(٤) وتعني المسؤولية بشكل عام وفي ايسر مدلولها المؤاخذه أو تحمل التبعية ، ويقابل المسؤولية في اللغة الانكليزية مفردات (Responsibility ، Liability)^(٥).

أما الجزائية فهي من الفعل جزى، وجزاه ويجزيه وجزاه، وجزى عنه أي قضى، لقوله تعالى "لَا تَجْزِي نَفْسٌ عَنْ نَفْسٍ شَيْئاً"^(٦)، ويقال جزت عنه شاة أي تقضى، أجزأت وتجازى دينه أي تقاضاه فهو مُتجاز أي متقاض والجزية ما يؤخذ من اهل الذمة^(٧)، ويقابل الجزائية في اللغة الانكليزية مفردات (Penal ، Punitive ، Criminal)^(٨).

(١) محمد بن مكرم بن علي أبو الفضل جمال الدين ابن منظور، لسان العرب ، حققه وعلق عليه عامر احمد حيدر وعبد المنعم خليل ، دار الكتب العلمية ، بيروت ، ١٩٧١ ، ص ٩٧ .
(٢) سورة المعارج ، الآية (١) .
(٣) سورة الصافات ، الآية (٢٤) .
(٤) محمد بن أبي بكر عبد القادر الرازي ، مختار الصحاح ، ط١ ، دار الكتاب العربي، بيروت، لبنان ، ١٩٧٩ ، ص ٢٨٠ .
(٥) د. روجي البعلبكي ، المورد ، ط٧ ، دار العلم للملايين ، بيروت - لبنان ، ١٩٩٥ ، ص ١٠٣٠ .
(٦) سورة البقرة ، من الآية (١٢٣) .
(٧) محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الرازي ، مصدر سابق ، ص ١٠٣ .
(٨) د. روجي البعلبكي ، المورد ، مصدر سابق، ص ٤٢٠ .

و(الناشئة) لغة هي اسم مؤنث عربي الاصل ، مصدر(نشأ) وجمعها ناشئون، ومؤنثها ناشئة، والناشيء : الغلام الذي جاوز حدَّ الصَّغَرِ وشَبَّ ، أنشأ الشيء: أحدثه وأوجده ونشأ عن غيره أي تولد عنه^(١)، وقال تعالى "إِنَّ نَاشِئَةَ اللَّيْلِ هِيَ أَشَدُّ وَطْئًا وَأَقْوَمُ قِيلاً"^(٢) بمعنى القيام لصلاة الليل ، والنشء أيضاً : أول ما ينشأ من السحاب، ونشأت في بني فلان نشئاً ونُشوءاً، إذا شببت فيهم، والناشيء من المكان الخارج منه^(٣) ، ويقابل الناشئة في اللغة الانكليزية مفردة (arising)^(٤)، وبخصوص (عن) ساكنة النون فلها العديد من المعاني منها حرف وضع لمعنى مَا عَدَاكَ وتراخى عنك : يقال : انصرفت عني وتتح عني. وتأتي بمعنى (من) يقال : جئت من عنده ومن عليه، ومن عن يساره، ومن عن يمينه، وقوله تعالى " أَلَمْ يَعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ هُوَ يَقْبَلُ التَّوْبَةَ عَنْ عِبَادِهِ " ^(٥) أي من عباده ويقابل عن في اللغة الانكليزية مفردة (from)^(٦)و.(مخالفة) لغة مصدر خالف، مُخَالَفٌ : (اسم فاعل) ، مُخَالَفٌ لِرَأْيِهِ : مُعَارِضٌ، مُعَاكِسٌ لِرَأْيِهِ. رَأْيٌ مُخَالَفٌ و عَمَلٌ مُخَالَفٌ لِلْقَانُونِ : مُضَادٌّ لِلْقَانُونِ^(٧) ، ويقابل مخالفة في اللغة الانكليزية مفردة (violating)^(٨).

وبخصوص كلمة(ضوابط) فهي جمع ضابط ، وهو اسم فاعل مأخوذ من الفعل ضَبَطَ ، والضبط يعني اللزوم^(٩)، والضابط حكم كلي ينطبق على جزئياته^(١٠)، ويقابل ضوابط في اللغة الانكليزية مفردة (regulations)^(١١).

(١) د. احمد مختار الصحاح ، اللغة العربية المعاصرة ، ط١ ، المجلد ٣ ، عالم الكتب ، القاهرة ، ٢٠٠٨ ، ص٢٢٠٨ .

(٢) سورة المزمل ، الآية (٦) .

(٣) د . احمد مختار الصحاح ، مصدر سابق ، ص ٢٢٠٩ .

(٤) حارث سليمان الفاروقي ، المعجم القانوني ، ط٣ ، ج١ ، مطابع تيبو برس ، بيروت ، لبنان ، ١٩٩١ ، ص٤٦ .

(٥) سورة التوبة ، من الآية (١٠٤) .

(٦) د.عبد الواحد كرم ، معجم مصطلحات الشريعة والقانون، ط٢ ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان، ٢٠١٩، ص٣٨ .

(٧) شوقي ضيف ، معجم القانون ، الهيئة العامة لشؤون المطابع الاميرية ، القاهرة ، ١٩٩٩ ، ص ٦٥٧ .

(٨) Dr. Rohi Baalbaki , AL – Mawrid AL – Quareeb, Apocket Arabi – English Dictionary, Beirut – Lebanon,1991, p. 390.

(٩) محمد بن مكرم بن علي أبو الفضل جمال الدين ابن منظور، مصدر سابق ، ص ٣٧٠ .

(١٠) ابراهيم مصطفى واحمد الزيات و حامد عبد القادر ومحمد النجار ، المعجم الوسيط ، ط٣، تحقيق مجمع اللغة العربية ، دار الدعوة ، القاهرة ، ١٩٩٨ ، ص ٥٣٣/١ .

(١١) امير العزب، قاموس المصطلحات والتعبيرات ، القانونية – السياسية – الدبلوماسية ، ط١، دار الفكر والقانون ، المنصورة ، ٢٠١٠ ، ص١٠٨ .

اما (الاعلانات) فهي جمع اعلان والاعلان مصدر أعلن يُعلنُ إعلاناً ، وهو يعني الذبوع والانتشار والظهور، فيقال الأمر معلن أي ظاهر^(١) .

و في اللغة الانكليزية مصطلح (advertising)^(٢) ، مما تقدم يتضح ان المسؤولية الجزائية الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات لغةً هي (سؤال من يخالف الضوابط الكلية لما ينشر أو يذاع من اعلانات) .
ب- المعنى الاصطلاحي.

لم تعرف التشريعات الجزائية محل الدراسة مصطلح المسؤولية الجزائية الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات سواء في القوانين العقابية أم في القوانين المكملة لها أو في القوانين الخاصة بالاعلانات أو حماية المستهلك، واكتفت بمعالجة الاحكام العامة لتلك المسؤولية ، كما بينت بعض السلوكيات المجرمة واحكامها وجزاءاتها، وهو مسلكاً محموداً ، فليس من مهمة المشرع وضع تعريفات ومعانٍ محددة للمصطلحات والتعابير التشريعية، فمهما بذل المشرع جهداً ودقةً في صياغته فلن يستطيع التنبؤ سلفاً بكل ما سيحصل في المستقبل، وما سيفرزه التقدم العلمي والتكنولوجي والتطور المستمر في الجوانب المختلفة للحياة من سلوكيات فيكون النص عرضةً للتعديل المستمر بين الحين والآخر ، عليه سنبين المعنى الاصطلاحي للمفردات وبعدها نضع التعريف المقترح على ضوء معاني تلك المفردات.

وبخصوص المعنى الاصطلاحي للمفردات فلم تعرف التشريعات مصطلح المسؤولية الجزائية ولا المخالفة^(٣) ولا الضوابط ، أما(الاعلانات) فقد عرف المشرع العراقي الاعلان في قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان العراقي بأنه " جميع وسائل الدعاية والنشر في الصحف أو التلفزيون أو السينما أو النيون والبلاستيك والملصقات الجدارية وكذلك الادلة باختلاف انواعها "^(٤) والملاحظ على هذا التعريف ان المشرع العراقي قد توسع في مفهوم الاعلان من خلال تعداد الوسائل التي يتم بها كما لم يميز بين الاعلانات

(١) احمد بن فارس بن زكرياء القزويني الرازي ، معجم مقاييس اللغة ، تحقيق عبد السلام محمد هارون ، دار الفكر ، ١٩٧٩ ، ص٤/١١١ .

(٢) اوديت الياس اسكندر و شعبان عبد العاطي عطية ومحسن احمد عبد الرحمن ، معجم القانون ، الهيئة العامة لشئون المطابع الاميرية ، القاهرة ، ١٩٩٩ ، ص٥ .

(٣) عرف قانون العقوبات العراقي رقم ١١١ لسنة ١٩٦٩ (المعدل) المخالفة في المادة (٢٧) منه بأنها "المخالفة هي الجريمة المعاقب عليها بإحدى العقوبتين التاليتين:١- الحبس البسيط لمدة اربع وعشرين ساعة الى ثلاثة اشهر ٢- الغرامة التي لا يزيد مقدارها على ثلاثين ديناراً" ، وعرفها قانون العقوبات المصري رقم ٥٨ لسنة ١٩٣٧(المعدل) في المادة (١٢) منه بأنها "المخالفات هي الجرائم المعاقب عليها بالغرامة التي لا يزيد اقصى مقدار لها على مائة جنية " أما قانون العقوبات الجزائري فلم يعرف المخالفات ويتضح من التعاريف أنها وردت كنوع من انواع الجرائم بحسب جسامتها في حين أن المعنى المراد للمخالفة في دراستنا هو المعنى اللغوي .

(٤) الفقرة (٤) من المادة (١) من قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان العراقي رقم (٤٥) لسنة ١٩٧١ (المعدل) .

والدعاية، وأخذ بالمفهوم الواسع للإعلانات وكأنه خلط بين الدعاية والإعلان فهو لم يبين الهدف أو الغاية المقصودة من الإعلان المتمثلة بتحقيق المكسب المادي ولم يبين التأثير الذي يمارسه الإعلان على رغبة المعلن اليهم وارانتهم مما جعل الإعلان اقرب للدعاية التي تهدف للترويج لفكر أو مذهب معين بدون مقابل.

وعرف المشرع المصري الإعلان في قانون تنظيم الاعلانات بأنه "اية وسيلة أو تركيبة أو لوحة صنعت من الخشب أو المعدن أو الورق أو القماش أو البلاستيك أو الزجاج أو اية مادة اخرى وتكون معدة للعرض أو النشر بقصد الاعلان بحيث تشاهد من الطريق أو بداخل أو خارج وسائل النقل العام"^(١) ويلاحظ على النص انه لم يعط تعريفًا جامعاً شاملاً للإعلان ولم يبين ماهية الاعلانات واهدافها وشركات الاعلانات والمعلن، بل اكتفى بتحديد ادوات ووسائل الاعلانات وقصرها على نوع واحد من الاعلانات وهي الاعلانات الثابتة على الطرق ووسائل النقل ، أما قانون تنظيم الاعلانات على الطرق المصري فقد عرف الاعلان بأنه "منتج بصري مكتوب أو مرسوم أو مصنوع من أي مادة يكون معداً للعرض أو النشر بقصد الاعلان أو توجيه رسالة أخبارية أو دعائية أو معلوماتية إلى مرتادي الطريق"^(٢) والملاحظ أن التعريف أقتصر على مرتادي الطرق ولم يتطرق للأنواع الأخرى كما لم يتطرق للمقابل المالي للإعلان ، في حين المشرع الجزائري عبر عن الاعلان بالإشهار^(٣) في قانون القواعد المطبقة على الممارسات التجارية وعرفه " بأنه كل اعلان يهدف بصفه مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة"^(٤)، ويلاحظ ان المشرع الجزائري قد ساوى من خلال التعريف بين الاشهار والاعلان، كما خلط بين هدف الاعلان التجاري المتمثل بالمقابل المالي وبين الغاية النهائية التي يقتصر عليها نوع من أنواع الاعلانات وهي الاعلانات التجارية والمتمثلة بالترويج وبذلك يتضح أن المشرعين العراقي والمصري يستخدمان مصطلح الاعلان في حين المشرع الجزائري يستخدم مصطلح الاشهار.

(١) المادة (١) من قانون تنظيم الاعلانات المصري رقم ٦٦ لسنة ١٩٥٦.

(٢) المادة (١) من قانون تنظيم الاعلانات على الطرق العامة المصري المرقم ٢٠٨ لسنة ٢٠٢٠.

(٣) ان الاشهار والاعلان في التشريع الجزائري يحملان نفس المعنى والإشهارات موجودة منذ فترة الاستعمار الفرنسي، وكانت الإشهارات التجارية مسيرة من طرف الوكالات الكبرى الخاصة على رأسها وكالة (هافاس) والتي سيطرت على السياسة الإعلانية في الجزائر ولكن وبعد الاستقلال ١٩٦٢، صدر المرسوم المنظم للإشهار التجاري رقم (٦٣-٣٠١) لسنة ١٩٦٣ الذي نصّ على إلغاء العمل بالقوانين الفرنسية ، وفي إطار عمليات تأميم الشركات التي قامت بها الحكومة الجزائرية، كانت شركة هافاس من بين الشركات المؤممة لتجعلها شركة وطنية للنشر والإشهار (ANEP) بموجب الأمر رقم ٢٧٩-٦٧ وتم إعادة تنظيمها بعد ذلك بموجب المرسوم رقم ٨٦-٢٨٣ لتصبح الوكالة الوطنية للنشر والإشهار والتي تعمل لغاية هذا اليوم للمزيد ينظر سوالي احمد ، الحماية الجنائية من الدعاية التجارية الكاذبة ، رسالة ماجستير ، كلية الحقوق ، جامعة بن عكنون ، الجزائر ، ٢٠١٥، ص ٤٢ .

(٤) الفقرة (الثالثة) من المادة (٣) من قانون القواعد المطبقة على الممارسات التجارية الجزائري رقم (٠٤-٠٢) لسنة ٢٠٠٤ (المعدل).

وبالنسبة للقضاء فلم نعثر بحدود ما اطلعنا عليه من قرارات على تعريف لموضوع الدراسة على الرغم من صدور عدد من القرارات القضائية بخصوص بعض المخالفات للضوابط الاعلانية .

أما فقهاً فلم يختلف موقف فقهاء القانون عن موقف كل من التشريع والقضاء الجنائيين فلم نجد تعريفاً للمسؤولية الجزائية الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات محل الدراسة ، إنما هنالك تعريفات لبعض مفرداته ، إذ عرّفت المسؤولية الجزائية بأنها (الالتزام بتحمل كل ما يترتب على توافر أركان الجريمة من نتائج قانونية ، وموضوع هذا الالتزام يتمثل بالعقوبة أو التدبير الاحترازي الذي يفرضه القانون على المسؤول عن الجريمة)^(١)، وعرفت المسؤولية أيضاً بأنها (مجموعة الشروط التي تنشئ من الجريمة لوماً شخصياً موجهاً ضد الفاعل، وهذه الشروط تظهر الفعل من الناحية القانونية على أنه يعد رفضاً لشخصية الفاعل)^(٢)، وعرفها اخر(بأنها مساءلة الشخص عن فعله أو فعل غيره الخاطئ ويتوافر هذا الخطأ في مخالفة واجب قانوني أو عقدي أو مخالفة واجب ادى الى الاضرار بالغير)^(٣)، وعرفت كذلك المسؤولية الجزائية بأنها (أن يقوم شخص بتحمل نتيجة عمله ومحاسبته وانزال العقاب المناسب مع هذا سلوكه المخالف للقانون)^(٤) ، ويستوي في ذلك ان يكون السلوك ايجابياً أم سلبياً فإذا كان مخالفاً لقواعد الاخلاق فحسب فتكون مسؤولية أدبية يقتصر أثرها على ما تثيره من استهجان في نفوس افراد المجتمع لذلك المسلك المخالف لقواعد الاخلاق.

أما إذا كان السلوك ينطوي على مخالفة لقواعد القانون ، فالمسؤولية تكون مسؤولية قانونية وتستتبع بالضرورة فرض جزاء قانوني تحدده السلطة المختصة في الدولة ، وبذلك فالمسؤولية الجزائية تفترض أن الالتزام بتطبيق القانون من الأشخاص المتواجدين على إقليم الدولة جميعهم، لأن حق المجتمع في العقاب يقتضي معاقبة كل شخص يخالف أوامر القانون ونواهيه.

أما الاعلانات فقهاً فقد عُرُفت بالعديد من التعاريف فهناك من عرفها (بأنها وسيلة اتصال غير شخصية موجهه ومعهه من قبل جهة راعية محدهه تهدف إلى استمالة الجمهور لتبني ما يروج له من خلال

(١) د. محمود نجيب حسني ، شرح قانون العقوبات القسم العام ، ط ٣ ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت، ١٩٨٩ ، ص ٦٤٣ ، ود. مصطفى العوجي ، القانون الجنائي العام - المسؤولية الجنائية ، ج ٢ ، ط ٢ ، بدون مكان طبع ، ١٩٩٢ ، ص ١٢ .
(٢) د. ضياء الدين مهدي حسين الصالحي، مفهوم المسؤولية الجزائية في القانون الجنائي، مجلة القضاء، تصدرها نقابة المحامين العراقية ، السنة ٤١ ، ١٩٨٦ ، ص ١٢ .

(٣) د. يحيى احمد موافي ، الشخص المعنوي ومسؤولياته قانوناً ، مطبعة الاشعاع الفنية ، الاسكندرية ، ١٩٨٧ ، ص ١٠١ .
(٤) د.عدنان الخطيب ، الوجيز في شرح المبادئ العامة في قانون العقوبات، مطبعة الجامعة السورية، دمشق، ١٩٥٦ ، ص ١١٠ .

الاعلان)^(١) والملاحظ ان التعريف لم يتطرق الى الغرض الرئيس من الاعلان وهو أن يكون مقابل اجر، وعُرفت أيضاً (كل وسيلة اعلانية غايتها إيصال العلم والمعرفة حول منتج أو خدمة ما عن طريق إظهار محاسنها ومزاياها على نحو يؤدي لخلق تقبل جيد من قبل الجمهور ينعكس إيجابياً على المنتجات والخدمات)^(٢) والملاحظ على التعريف أنه قد جاء عاماً وغير محدد وقصر الاعلان بوسائل التعبير عنه دون أن يذكر تلك الوسائل ولا مشروعية الاعلان ولا الجهة التي تصدره كما لم يتضمن الإشارة لمقابل الاعلان .

وعرفت ايضاً بأنها (مختلف نواحي النشاط التي تؤدي الى نشر أو اذاعة الرسائل الاعلانية المرئية والمسموعة على الجمهور بغرض شراء السلع أو الخدمات من أجل تقبل أفكار أو آراء معلن عنها)^(٣) والملاحظ أن التعريف اعلاه قصر الاعلان على نوع واحد من الاعلانات وهي الاعلانات التجارية وتعريف الجمهور بالسلعة أو الخدمة في حين يجب أن يكون تعريف الاعلان شاملاً للاعلانات الأخرى التي قد يكون هدفها مجرد توعية الجمهور أو حثهم على اتباع عادات معينة أو تنبيههم الى خطر معين كما لم يتطرق التعريف إلى المقابل المادي للاعلان ، وعُرفت أيضاً بأنها (مختلف الأنشطة التي تؤدي الى نشر الرسائل الإعلانية المرئية ، أو المسموعة على الجمهور بغرض حثه على شراء السلع أو التعاقد على الخدمات، أو لأجل سياقه إلى تقبل الطيب من أفكار أو أشخاص أو منشآت يعلن عنها)^(٤) ولا تختلف الملاحظات بخصوص هذا التعريف عن الملاحظات التي ذكرت في التعريف الذي يسبقه من عدم ذكره لوسائل الاعلان وعدم ذكر المقابل المالي .

ومن الفقه الجزائري من عرف الاشهارات (الاعلانات) على أنها (وسيلة مدفوعة لإيجاد حالة الرضا والقبول النفسي في الجماهير لغرض المساعدة في بيع سلعة أو خدمة بموافقة الجمهور)^(٥) والملاحظ على هذا التعريف انه يقتصر على الاعلانات التجارية فقط كما انه جعل غرض الاعلان مقتصراً على بيع السلع والخدمات فقط كما انه لم يبين طبيعة الوسيلة بكونها وسيلة اتصال ، وعرفها آخر انها (وسيلة اتصال غير

(١) فارس عبدالله الجنابي ، أساسيات التسويق ، مطبعة الفرح ، بغداد ، ٢٠٠٦ ، ص ٢٢٩ .

(٢) د. بتول صراوة عبادي ، التصليل الاعلاني واثره على المستهلك، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ٢٠١١، ص ١٤ .

(٣) د. محمود عساف ، اصول الاعلان ، دار الناشر العربي ، القاهرة ، ١٩٧٧ ، ص ١٢ .

(٤) د. محمد علي شهيب ، إدارة الإعلان ، ط١ ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، ١٩٧٦ ، ص ٢٩ .

(٥) اسماعيل قاسمي ، قانون الاشهار في الجزائر ، مجلة كلية العلوم السياسية والإعلام ، جامعة الجزائر ، السنة ٢ ، الفوج

٢١ ، ٢٠٠٦ ، ص ٢ .

شخصية لنقل المعلومات الخاصة بالسلعة أو الخدمة، الغرض من ذلك هو إقناع المستهلك بشراء السلعة والاتصال بأكبر مجموعة من المستهلكين الحاليين والمرتقبين^(١).

وبذلك فهذا التعريف لم يتضمن المقابل المالي للاعلان كما انه اقتصر على نوع واحد من الاعلانات وهي الاعلانات التجارية .

من هذا يتضح أن أغلب التعاريف تميل للاقتصار على نوع واحد من الاعلانات وهو الاعلان التجاري إذ إن الأخير يهدف إلى تحقيق هدفين الأول أخبار المستهلكين الحاليين والمرتقبين والثاني محاولة اقناعهم بمزايا السلعة، وما يمكن تحقيقه لهم من فوائد عند استخدامها أو التمتع بها ، ولم تتضمن التعاريف الاشارة لأنواع الاخرى من الاعلانات كالاعلانات الحكومية والاعلانات الصحية والثقافية والتعليمية وغيرها ، عليه فأن تعريف الاعلان يجب ان يكون على وفق المعنى الواسع للاعلان وليس المعنى الضيق .

وتأسيساً على ما تقدم يمكن تعريف الاعلانات بأنها (وسيلة اتصال غير شخصية يقوم بها شخص متخصص أو جهة معلومة تستخدم للتأثير النفسي في الجمهور أو مجموعة من الافراد بخصوص سلعة أو خدمة أو حالة قانونية معينة اي كانت أداة التأثير المستعملة والأصل فيها ان تكون لقاء أجر).

فالمقصود من ضوابط الاعلانات في دراستنا هذه الاحكام الكلية التي تنظم نشاط الاعلانات، أي جميع ما يشمل النشاط الاعلاني من شروط وقواعد عامة ونشاط دعائي.

فالضوابط أوسع من الشروط، لأن الشروط تتمثل بما يُوضَعُ لِيُلْتَزَمَ بِهِ فِي بَيْعٍ أَوْ التَّزَامٍ بِأَمْرٍ مَّا^(٢)، والضابط يشترك في معناه الاصطلاحي مع القاعدة^(٣)، ومن هذا فأن الضوابط تنظم الاليات العامة أما الشروط فهي التي يستلزم توافرها لأشترط تحقق الشيء، عليه استعملنا مصطلح ضوابط لأنه يشمل الشروط المتعلقة بالاعلانات كافة.

(١) د. صليح بونفلة ، المسؤولية المدنية عن الاشهار الالكتروني ، مجلة افاق للعلوم ، جامعة زيان عاشور – الجلفة - الجزائر، العدد ١٧، المجلد ٥، ٢٠١٩، ص ٩٩.

(٢) عبد الله بن عبد الرحمن بن عبد الله العضيبي ، الضوابط الموضوعية للاعلانات التجارية دراسة مقارنة ، مجلة المعهد العالي للقضاء ، السعودية ، ٢٠٠٣ ، ص ٣ ، ومجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز ابادي ، القاموس المحيط ، تحقيق مكتب تحقيق التراث في مؤسسة الرسالة ، ط٦ ، مؤسسة الرسالة ، بيروت ، ٢٠٠٥ ، ٦٦٨/٢ ، و د. سعيد بن مرعي بن محمد السرحاني ، ضوابط الاعلانات والدعاية للمنتجات الغذائية ، مجلة كلية الشريعة والقانون بطنطا ، جامعة الازهر ، العدد ٣٣ ، ج ٢ ، مصر ، ٢٠١٨ ، ص ٦٩٥ .

(٣) د. حامد زكي ، التوفيق بين القانون والواقع دراسة في فلسفة القانون الخاص ، مجلة القانون والاقتصاد ، كلية الحقوق، جامعة القاهرة ، السنة ٢، العدد ١، مطبعة الرغائب ، مصر ، ١٩٣٢ ، ص ٢٧٢ ، واسماعيل حسن الحميري، ضوابط العدالة في التحقيق الجنائي، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية العلوم الاسلامية، جامعة المدينة العالمية، ماليزيا، ٢٠١٢، ص ١٨.

ويمكن مما تقدم تعريف المسؤولية الجزائية الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات بأنها (الالتزام) بتحمل كافة النتائج القانونية المترتبة على كل من يرتكب فعلاً يعد مخالفاً للضوابط والقواعد الخاصة بالاعلانات المنصوص عليها قانوناً وإنزال العقاب فيه بما يتناسب مع هذا الفعل المخالف للقانون).

ثانياً : صور المسؤولية الجزائية الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات.

تعد الاعلانات من النشاطات التي يتصل بها عدة أشخاص سواء المعن الذي توجه بالاعلانات إلى الجمهور ، أو مكاتب الاعلانات التي تعد الجهة المختصة والمهنية في العمل الاعلاني ، أو أداة الاعلانات التي تنفذ العمل الاعلاني بمراحله النهائية ووفقاً لذلك فان صور المسؤولية الجزائية تعددت واختلفت المواقف والآراء الفقهية بشأنها فهناك من اعتمد على اتجاه الإرادة في تحديد المسؤولية فيقسمها إلى مسؤولية عمدية و مسؤولية غير عمدية^(١)، في حين اعتد آخر بموقف الجاني في الجريمة بوصفه فاعلاً أم شريكاً أي علاقة الجاني بالجريمة إذا كانت مباشرة أو غير مباشرة^(٢)، وسوف نعتمد التقسيم الاخير لصور المسؤولية الجزائية الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات، لأنه التقسيم الاكثر انسجاماً مع جرائم مخالفة ضوابط الاعلانات فالمسؤولية أما أن تكون مباشرة بين النشاط الاجرامي والنتيجة دون توسط ، أي تكون هنالك رابطة مباشرة بين الجاني وبين الجريمة المرتكبة والتي يطلق عليها المسؤولية (المسؤولية المباشرة)، أو قد تكون المسؤولية غير مباشرة بحيث يرتكب الجريمة شخصاً يكون مسؤولاً عنها أو غير مسؤول ويتحمل المسؤولية الناشئة عنها شخص آخر لا علاقة له بماديات الجريمة ، سوى أن مرتكب الجريمة تابع له أو يعمل تحت اشرافه ورقابته، وشرعت هذه المسؤولية لأسباب تنظيمية لبعض الانشطة والمؤسسات دعت المشرع الى الاعتداد بنوع آخر من المسؤولية هي (المسؤولية غير المباشرة) لضمان حسن إدارة تلك الانشطة والمؤسسات وعدم التحلل من واجب الرقابة والاشراف المباشر فيها وهذا ما سنوضحه تباعاً:

أ- المسؤولية الجزائية المباشرة : لمساءلة الشخص جزائياً لأبد من إسناد الجريمة المرتكبة اليه وإن يكون اهلاً لتوقيع العقاب عليه بمعنى أن تتوافر لديه الاهلية الجزائية ، فلا بد من توافر نوع من الزابط السببي بين الجاني والجريمة أي وجود علاقة سببية بين ما أرتكبه الجاني من خطأ وبين الجريمة ، وإن تكون الجريمة

(١) د. عوض محمد ، قانون العقوبات القسم العام ، دار المطبوعات الجامعية ، الاسكندرية ، ١٩٩٨ ، ص ٤٧٧ ، ود. محمد صبحي نجم ، قانون العقوبات القسم العام ، النظرية العامة للجريمة ، ط ٣ ، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع ، الاردن ، عمان، ٢٠١٤ ص ٢٥٧ ، ود. مصطفى العوجي ، القانون الجنائي العام - المسؤولية الجنائية، مصدر سابق ، ص ١١ .
(٢) د. مصطفى ابراهيم الزلمي ، المسؤولية الجنائية في الشريعة الاسلامية دراسة مقارنة بالقانون ، ج ١ ، مطبعة اسد ، بغداد ، ١٩٨٢ ، ص ١٤٥ .

مرتبطة به ارتباط سببياً ، وعلاقة السببية تعني العلاقة الوثيقة بين خطأ الجاني وماديات الجريمة ، ويترتب على انتفائها انتفاء المسؤولية الجزائية للجاني^(١).

أي أن المسؤولية الجزائية الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات ما كانت لتقع لولا نشاط الجاني ، وفي هذا الاطار فإن أول ما يمكن ان يثار هي عملية إسناد الجريمة الى شخص الجاني أي البحث في العلاقة بين سلوك الجاني وبين النتيجة الاجرامية ، ولذلك تبحث علاقة السببية ضمن عناصر الركن المادي في حين يتم بحث عناصر الادانة ضمن الركن المعنوي ، وبالتالي لا يمكن أن توجد إدانة مطلقاً من دون توافر علاقة السببية المادية ، في حين قد توجد علاقة السببية من دون أن تتوافر عناصر الإدانة اتجاه الجاني^(٢) .

ومن الجدير بالذكر أن الإسناد قد يكون مرادفاً للأهلية أو مرادفاً للسببية الجزائية أو قد يركز على الجوانب المعنوية للجاني أكثر من الجوانب المادية^(٣)، وقد عرف الإسناد عدة تعاريف منها بأنه (نسبة النتيجة الجرمية إلى فعل معين ومن ثم نسبة هذا الفعل إلى إرادة فاعل معين لقدرته على الاختيار)^(٤) ويتضح أن التعريف يركز على النتيجة الجرمية ولا يدخل بمضمونه الجرائم الخالية من النتيجة كالجرائم الشكلية ، وعرف أيضاً بأنه (اهلية تحمل العقوبة لتمتع الشخص بالوعي والإرادة)^(٥) أي لا بد لأسناد نتيجة معينة لشخص ما من توافر العوامل النفسية لدى ذلك الشخص حتى يمكن نسبة الواقعة اليه بوصفه فاعلاً لها وهذه الأهلية تتمثل بالإدراك وحرية الاختيار التي يشترط توافرها لتوافر الاهلية ، ويقصد بالإدراك (قدرة الانسان على فهم ما يصدر عنه من افعال وأن يعرف نتائج تلك الافعال ومدى خطورتها ومساسها بالمصالح الاجتماعية وما يصيبها من ضرر)^(٦) ، في حين إن حرية الاختيار هي (قدرة الانسان على توجيه نفسه الى اتخاذ عمل معين أو عدم القيام به والامتناع عنه دون ضغط أو اكراه)^(٧)، ويشترط توافر هذين العنصرين معاً ليكون الشخص متمتعاً بالأهلية الجزائية ذلك أن انتفائهما يؤدي الى انتفاء

-
- (١) د. حسن صادق المرصفاوي، المرصفاوي في قانون العقوبات الخاص، منشأة المعارف، الاسكندرية، ١٩٧٨، ص ٢٤٥.
(٢) د. رؤوف عبيد ، السببية في القانوني الجنائي دراسة تحليلية مقارنة ، ط٣، دار الفكر العربي ، القاهرة، ١٩٧٤ ص ١٣٦ .
(٣) د. محمد علي سويلم ، الاسناد في المواد الجزائية ، منشأة المعارف ، الاسكندرية ، ٢٠٠٧ ، ص ٧ .
(٤) د. محمد حسين الحمداني و د. دلشاد عبد الرحمن يوسف ، فكرة الاسناد في قانون العقوبات ، مجلة الرافدين للحقوق ، جامعة الموصل، المجلد ١٢، العدد ٤٦، ٢٠١٠ ، ص ٣٤٤ ، و حيدر غازي فيصل الربيعي، الإسناد في القاعدة الجنائية دراسة مقارنة في القاعدة الجنائية الموضوعية، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة النهرين، ٢٠١٥، ص ٣١.
(٥) د. جلال ثروت ، قانون العقوبات القسم العام، الدار الجامعية، بيروت ، ١٩٩٠ ، ص ٢٤٠ .
(٦) د. فخري عبد الرزاق الحديثي ، شرح قانون العقوبات ، القسم العام ، مطبعة الزمان ، بغداد، ١٩٩٢، ص ٣٢٣ .
(٧) د. محمد علي السالم عياد الحلبي، شرح قانون العقوبات القسم العام ، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، ١٩٩٧، ص ٣٢٦-٣٢٧ .

المسؤولية الجزائية^(١)، وبذلك يتضح ان مسؤولية الجاني الجزائية لا يمكن أن تنهض بحقه إلا إذا أمكن إسناد الجريمة اليه مادياً وذلك بثبوت ارتكابه سلوكاً مشوباً بالخطأ يؤدي الى تحقق النتيجة وتوافر علاقة السببية بين سلوكه والنتيجة المترتبة عليه وانتفاء أي سبب من الاسباب التي تؤدي الى قطع هذه العلاقة فضلاً عن ضرورة ان تتوافر لديه الاهلية الجزائية بأن يكون أهلاً لتحمل المسؤولية الجزائية وذلك بتمتعه بملكتي الادراك وحرية الاختيار .

وتأسيساً على ذلك فالمسؤولية المباشرة تكون من المعلن أو مكتب الاعلان أو أداة الاعلان ، فالمعلن هو كل شخص طبيعي أو معنوي يلجأ إلى إحدى مكاتب الاعلان أو وسائل الاعلان من أجل إيصال العلم بمنتج أو خدمة أو فكرة معينة للجمهور^(٢) وهو يكون مسؤول مسؤولية مباشرة عن اعلانه إذا تضمن مخالفة لضوابط الاعلانات ولا يتصور نفي المخالفة عنه على أساس عدم المعرفة بالمخالفة لأنه المستفيد المباشر من الاعلانات ولا يستطيع نفي المسؤولية إلا إذا اثبت أن الاعلانات صدرت نتيجة إكراه مادي أو معنوي أو تمت دون علمه، أما مكاتب الاعلانات فهي مكاتب تقوم بالتوسط بين المعلن واداة الاعلان أو قد تتولى الاعلان بنفسها في حالة ملكيتها لأداة من أدوات الاعلان كصحيفة أو مجلة أو اذاعة أو تلفزيون^(٣) ومالك هذه المكاتب أيضاً يُسأل بوصفه فاعلاً اصلياً عن الاعلانات المخالفة لضوابطها حيث أن المفترض ان لا يتم اعداد الاعلانات الا بأمر منه أو بعلمه ولا تنتفي المسؤولية عنه إلا إذا صدرت الاعلانات نتيجة اكره مادي أو معنوي أو تمت دون علمه، أما إذا صدرت الاعلانات من أحد العاملين لديه فتكون مسؤوليته غير مباشرة .

أما بخصوص أداة الاعلانات فتتمثل بإذاعة أو نشر الاعلانات بين الجمهور بإحدى الادوات سواء صحفية أو مسموعة كالتلفزيون والسينما والصحف والبوسترات أو غيرها^(٤) اي الأداة التي تتولى المراحل التنفيذية للاعلانات من لصق ونشر واذاعة وغيرها فمسؤول الأداة مسؤول مسؤولية مباشرة عن المخالفات فيها إلا إذا كانت أداة الاعلان جريدة رسمية فهنا تكون المسؤولية غير مباشرة لرئيس التحرير إذا ارتكبت من أحد الناشرين أو الكاتبين في الجريدة .

(١) محمد زكي أبو عامر ، قانون العقوبات القسم العام ، دار المطبوعات الجامعية ، الاسكندرية، ١٩٨٦، ص ٢٠٠

(٢) د. محمود عساف ، اصول الاعلان ، مصدر سابق ، ص ٤٨ .

(٣) د. طلعت الزهيري ، الاعلان بين العلم والتطبيق ، دار المعارف ، القاهرة ، ١٩٧٥ ، ص ٢ .

(٤) د. بتول صراوة عبادي ، مصدر سابق، ص ٣٦ .

ب- المسؤولية غير المباشرة .

إن الأصل في المسؤولية الجزائية تكون شخصية يتحملها مرتكب الجريمة بوصفه فاعلاً أو شريكاً واستثناءً امكانية الخروج على القواعد العامة وتغليب مصلحة المجتمع وقرار مسؤولية شخص عن فعل ارتكبه شخص غيره في ظروف معينه وإن لم يساهم في ارتكاب ماديات الجريمة، لأن مرتكب تلك الماديات له علاقة بذلك الغير كأن يكون تابعاً له ، أو يعمل تحت اشرافه ورقابته وتسمى هذه المسؤولية بالمسؤولية غير المباشرة ، وتتخذ هذه المسؤولية صورتين هما المسؤولية الجزائية عن فعل الغير، ومسؤولية الشخص المعنوي أو الاعتباري.

إن المسؤولية الجزائية عن فعل الغير هي استثناء من الأصل في المسؤولية الجزائية من أنها مسؤولية شخصية أي لا تقوم الا بالنسبة لمن حقق بسلوكه الفعل المكون للجريمة أو ساهم فيه ، والعقوبة بالتالي لا تتال إلا من يسأل عن الجريمة ، وهذان المبدآن مبدأ شخصية المسؤولية الجزائية ومبدأ شخصية العقوبة مبدأن جوهريان ، ولكن لظروف معينة قد يقرر المشرع معاقبة بعض الاشخاص كالمتبوع عن أعمال تابعيه التي تلحق ضرراً بالآخرين لضمان سلامة تطبيق القوانين بصورة صحيحة وجعلهم أكثر حذراً في مراقبة تابعيهم، لكي لا تؤدي أعمالهم الى الحاق ضرر بالآخرين ، وتدفعهم إلى بذل المزيد لمراقبة تنفيذ القوانين واختيار اكفأ العاملين للعمل في مشاريعهم ، يضاف الى ذلك اتساع الدور الذي تؤديه المشاريع الاقتصادية في المجتمعات الحديثة ، بالشكل الذي أظهر الحاجة إلى إقرار مسؤولية مدير المشروع أو مالكة جزائياً عمّا يرتكبه العاملون في مشروعه من مخالفات لأحكام القوانين الاقتصادية^(١) .

ومن الجدير بالإشارة أن الفقه اختلف بشأن تحديد الأساس الذي تقوم عليه المسؤولية الجزائية عن فعل الغير، فظهرت نظريات عديدة منها النظرية الأولى هي نظرية الفاعل المعنوي التي يذهب مؤيديها الى إقامة المسؤولية الجزائية عن فعل الغير على أساس فكرة الفاعل المعنوي ، ويذهبون الى أن المسؤول عن فعل الغير يعد فاعلاً معنوياً للجريمة المرتكبة بواسطة الغير مستغلاً فقدان اهليته أو حسن نيته^(٢)، فيسأل عنها إلى جانب فاعلها المادي الذي ارتكب الفعل المكون للجريمة حيث كان يتعين أن يلتزم التابع بمراعاة القوانين التي كان يتعين عليه شخصياً أن يقوم بتنفيذها أي أنه يستعير الركن المادي لجريمته من الفعل

(١) د. فخري عبد الرزاق الحديثي ، قانون العقوبات الجرائم الاقتصادية ، مطبعة التعليم العالي ، بغداد، ١٩٨٧، ص١٦٢ .
(٢) د. علاء زكي ، المسؤولية الجنائية عن فعل الغير ، ط١ ، مكتبة الوفاء القانونية ، الاسكندرية ، ٢٠١٣ ، ص١٤٢ ، و د.ضياء عبد الله الجابر وخالد خضير دحام وعادل كاظم سعود ، احكام المسؤولية الجزائية عن جرائم الصحافة في القانون العراقي دراسة مقارنة ، مجلة رسالة الحقوق ،كلية القانون ، جامعة كربلاء ، السنة ٦ ، العدد ١ ، ٢٠١٤ ، ص١٠٢ .

المادي الاجرامي الذي صدر عن الشخص التابع له ذلك لأنه يملك الرقابة والتوجيه الذي يمكن معه عدّه فاعلاً معنوياً^(١) ، وبالرغم مما ذكره انصار هذه النظرية إلا أن ذلك لم يمنع من تعرضها للنقد^(٢)، أما النظرية الثانية فهي نظرية النيابة القانونية والتي يرى أنصارها ان اساس المسؤولية الجزائية عن فعل الغير هو فكرة النيابة القانونية ، ويرى انصار هذه النظرية ان الشخص الذي يباشر الفعل المكون للجريمة يعد ممثلاً في نظر القانون لمن تقوم مسؤوليته عنها، فإذا ارتكبت الجريمة من الأول نسبت الى الجاني وعدت جريمته^(٣) فاذا ارتكب العامل في مكتب الاعلانات مخالفة لضوابط الاعلانات فوفقاً لمفهوم هذه النظرية فإنه يعد ممثلاً لصاحب المكتب أو مديره ، ومن ثم فان جريمته تعد جريمة صاحب المكتب أو مديره وكأنه هو الذي ارتكبها، وقد تعرضت هذه النظرية أيضاً للعديد من الانتقادات^(٤)، أما النظرية الثالثة فهي نظرية التابع التي تقوم على أساس أن الشخص لا يسأل جزائياً مادام هناك من قدمه القانون عليه في الترتيب، أي أن قواعد الاشتراك تستبعد ويجري حصر الأشخاص المسؤولين في نظر القانون وترتيبهم وفقاً لنظام معين، بحيث لا يسأل منهم شخص في حالة وجود شخص يتقدم عليه قانوناً من حيث الترتيب^(٥)، ويرى انصار هذه النظرية أن مجالها في جرائم النشر عند تعذر الاكتفاء بالقواعد العامة في المسؤولية الجزائية^(٦)، وقد تعرضت هذه النظرية للانتقاد^(٧) ، وتأسيساً على ذلك فإن أي من النظريات الثلاث لم تسلم من النقد ولم تستطع أن تبرر

(١) د. مصطفى ابراهيم الزلمي ، مصدر سابق ، ص ١١٦ ، ود. عمر السعيد رمضان ، فكرة النتيجة في قانون العقوبات ، مجلة القانون والاقتصاد ، كلية القانون ، جامعة القاهرة ، العدد ١ ، السنة ١٩٦١، ٣١ ، ص ٢٨٧ ، و د. شريف سيد كامل ، جرائم الصحافة في القانون المصري ، ط ٢ ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٧٧ ، ص ٥١ .

(٢) ابرز الانتقادات التي وجهت لنظرية الفاعل المعنوي هي انها لم تعط تفسيراً واضحاً لأساس هذه المسؤولية ذلك ان فكرة الفاعل المعنوي تفترض ان شخصاً سخر آخر في ارتكاب السلوك الجرمي مستفيداً من انعدام اهليته أو حسن نيته ، ولا يتحقق هذا الوضع في حالات المسؤولية الجزائية عن فعل الغير ، إذ إن الفاعل المعنوي يرتكب جريمته بواسطة انسان حسن النية أو غير مسؤول جزائياً كالمجنون أو الصغير غير المميز في حين ان جميع المتدخلين في الجريمة اشخاص مسؤولين جزائياً، للمزيد ينظر د. محمود عثمان الهمشري ، المسؤولية الجنائية عن فعل الغير ، ط ١ ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، ١٩٦٩ ، ص ٦٦ و د. محمود نجيب حسني ، شرح قانون العقوبات القسم العام ، مصدر سابق ، ص ٦٧٩ .

(٣) د. محمود عثمان الهمشري ، المصدر نفسه ، ص ١٤١ و درابله العمري سليم ، تنظيم المسؤولية الجنائية عن جرائم الصحافة المكتوبة ، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية الحقوق والعلوم الادارية بن عكنون ، جامعة الجزائر ، ٢٠٠٤ ، ص ٥١ .

(٤) يثار بصدد هذه النظرية عدة انتقادات اذ قيل في نقدها ، ان قانون العقوبات لا يعرف فكرة النيابة القانونية في تحمل المسؤولية والعقاب ، وان المنطق القانوني السليم يرفض القول بوجود أشخاص ينوبون عن غيرهم في ارتكاب الجرائم وتحمل المسؤولية الجزائية الناشئة عنها، كما ان النيابة القانونية تكون في تصرف قانوني جائز ومشروع في حين ان فعل الغير الذي يشكل جريمة هو تصرف غير مشروع وبالتالي لا يمكن ان يتحمل مسؤوليته شخص اخر ، للمزيد ينظر د. محمود عثمان الهمشري، مصدر سابق ، ص ١٣٧ .

(٥) د. ضياء عبد الله الجابر وخالد خضير دحام وعادل كاظم سعود ، مصدر سابق، ص ٩٨ .

(٦) د. محمود عثمان الهمشري ، مصدر سابق ، ص ١٤١ .

(٧) من الانتقادات التي وجهت لهذه النظرية انها اذا كانت تصلح لتفسير أساس المسؤولية الجزائية عن فعل الغير في جرائم الصحافة والنشر فأنها لا تكون كذلك بالنسبة للجرائم الاخرى التي تختلف عن جرائم النشر من حيث طبيعتها ونموذجها الموصوف في القانون كما انها تقوم على اساس المسؤولية المفترضة التي وردت خلاف الاصل وبالتالي فهي استثناء من =

المسؤولية عن فعل الغير وبذلك يتضح ان الأساس الصحيح لهذه المسؤولية هو وجود النص القانوني إذ تتحقق المسؤولية عن فعل الغير متى وجد نص قانوني وبخلاف ذلك لا يمكن اسناد الفعل للغير واقامة المسؤولية إذ إن هذه المسؤولية هي استثناء من الاصل فلا يجوز التوسع فيها أو القياس عليها عند تخلف النص القانوني الذي يبين احكامها^(١).

وبالنسبة للمسؤولية الجزائية الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات فإن كانت المسؤولية الجزائية عن فعل الغير تصلح بالنسبة لجريمة مخالفة ضوابط الاعلانات المنشورة في الجريدة في مساءلة رئيس التحرير فهي لا تصلح في تفسير المسؤولية لأنواع اخرى من الاعلانات كالاعلانات الحكومية أو الاعلانات التجارية أو الاعلانات الصحية أو الاذاعية لعدم شمولها بالنص الذي اوردته قانون العقوبات العراقي للمسؤولية المفترضة في جرائم النشر المادة (٨١) التي تنص "مع عدم الاخلال بالمسؤولية الجزائية بالنسبة إلى مؤلف الكتاب أو واضع الرسم الى غير ذلك من طرق التعبير يعاقب رئيس تحرير الصحيفة بصفته الفاعل للسلوك الاجرامي الذي ارتكبت بواسطة صحيفته وإذا لم يكن ثمة رئيس تحرير يعاقب المحرر المسؤول عن القسم الذي يحصل فيه النشر" وبذلك فإن مسؤولية رئيس التحرير أو الناشر هي مسؤولية اصلية ، ولم يرد نص آخر للمسؤولية الجزائية عن فعل الغير يمكن ان يستند عليه في الاعلانات الاخرى.

وتأسيساً على ما تقدم فإن المسؤولية عن فعل الغير المتبوع يكون فيها مسؤولاً عن الخطأ الشخصي للتابع حيث كان يفترض به مراقبته ومتابعته فصاحب مكتب الاعلانات يكون مسؤولاً عما يرتكبه العاملين في المكتب من مخالفات لشروط الاعلانات أو قيامهم بأعمال مخالفة للقانون وبالتالي يكون مسؤولاً عن أعمالهم وإن هذه المسؤولية أقرت لإتخاذ الاحتياطات اللازمة من قبل المتبوعين تجاه أعمال تابعيهم مع الإشارة إلى أن خطأ المتبوع يكون مفترض و لا يقع على سلطة الاتهام عبء اثباته ويمكن نفي مسؤوليته عن طريق اثبات وجود تفويض منه لبعض سلطاته لأحد تابعيه^(٢).

= الاحكام العامة وبالتالي لا يجوز التوسع فيها للمزيد ينظر محمود أبراهيم اسماعيل ، شرح الأحكام العامة في قانون العقوبات، ط٢ ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، ١٩٥٩ ، ص٣٨٨ .

(١) محمد عيد الغريب ، شرح قانون العقوبات القسم العام ، النظرية العامة للجريمة والنظرية العامة للعقوبة والتدابير الاحترازية، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ٢٠٠٠ ، ص ٧١٥ ، و د. فخري عبد الرزاق الحديثي ، شرح قانون العقوبات ، مصدر سابق ، ص١٤٦ .

(٢) نائل عبد الرحمن صالح ، حماية المستهلك في التشريع الاردني دراسة تحليلية مقارنة، منشورات زهران، عمان، ١٩٩١ ، ص١٣١ .

أما مسؤولية الأشخاص المعنوية فإن الاعتراف بالمسؤولية الجزائية للشخص المعنوي أمرٌ اقره الواقع العملي والمصلحة وذلك لان من المحتمل إقدام الأشخاص الطبيعيين القائمين على إدارة الشخص المعنوي على ارتكاب الفعل المجرم باسم الشخص المعنوي أو لحسابه، لذلك وفي سبيل ردع هؤلاء عن مخالفة النصوص التشريعية ودفعهم لإحترام هذه النصوص لابد من أن تقام مسؤولية الشخص المعنوي جزائياً وامكانية مسألتهم مدنياً^(١)، ويُعرّف الشخص المعنوي بأنه (مجموعة من الأشخاص أو الأموال ترمي إلى تحقيق هدف معين بواسطة أداة خاصة ويمنح الشخصية المعنوية بالقدر اللازم لإدراك هذا الهدف)^(٢) ، وبصرف النظر عن حجج القائلين بمسؤولية الشخص المعنوي جزائياً^(٣) وحجج المنادين بإنكار المسؤولية الجزائية^(٤)، فإن فكرة مساءلة الاشخاص المعنوية جزائياً قد لاقت تأييداً واسعاً وكان ذلك نتيجة طبيعية لتعاظم وتزايد أهمية الأشخاص المعنوية تبعاً للتقدم الحضاري والاقتصادي بالإضافة الى ممارستها لبعض نشاطات الاعلانات بنطاق واسع وتستعمل مختلف الطرق لاسيما غير المشروعة منها من أجل الحصول على الكسب المادي ، مما أدى إلى تدخل المشرع الجزائري بتجريم بعض هذه التصرفات .

وتأسيساً على ما تقدم فإن المشرع العراقي نظم مسؤولية الشخص المعنوي عن جرائم النشر التي تقع بواسطة المطبوعات وأخضعه للعقوبات والتدابير الوقائية التي تتناسب وطبيعته الافتراضية وذلك في المادة (٨٠) من قانون العقوبات التي نصت على أن " الاشخاص المعنوية، فيما عدا مصالح الحكومة ودوائرها الرسمية وشبه الرسمية مسؤولة جزائياً عن الجرائم التي يرتكبها ممثلوها أو مديروها أو وكلائها لحسابها أو باسمها، ولا يجوز الحكم عليها بغير الغرامة والمصادرة والتدابير الاحترازية المقررة للجريمة قانوناً، فاذا كان القانون يقرر للجريمة عقوبة أصلية غير الغرامة أبدلت بالغرامة ولا يمنع ذلك من معاقبة مرتكب الجريمة شخصياً بالعقوبات المقررة للجريمة في القانون" وبذلك يتضح ان المشرع يشترط لمسائلة الشخص المعنوي أن ترتكب الجريمة باسمه أو لحسابه ، وإن المشرع قد استثنى مصالح الحكومة ودوائرها الرسمية وشبه الرسمية من احكام المادة اعلاه على الرغم من تمتعها بالشخصية المعنوية ، وبذلك لا تسري عليها أحكام المسؤولية

(١) عقيل عزيز عودة ، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون العراقي، رسالة ماجستير ، كلية القانون ، جامعة بغداد ، ١٩٩٩ ، ص ١٧٩ .

(٢) د. شمس الدين الوكيل ، دروس في القانون ، دراسات في القاعدة القانونية والنظرية العامة للحق لطلاب كلية التجارة ، ط ١، منشأة المعارف ، الإسكندرية ، ١٩٦٦ ، ص ٢٠٣ .

(٣) د. محمد صبحي نجم ، مصدر سابق ، ص ٢٨٥ ، ود. حسن صادق المرصفاوي ، قواعد المسؤولية الجنائية في التشريعات العربية ، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، ، ١٩٧٢ ص ٥١ ، وباسل عبد اللطيف محمد ، المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية دراسة مقارنة، رسالة ماجستير ، جامعة بغداد ، كلية القانون ، ١٩٧٨ ، ص ١٧٤ .

(٤) د. محمد زكي أبو عامر ، مصدر سابق ، ص ١٩٧ . و د. رؤوف عبيد ، مبادئ القسم العام من التشريع العقابي المصري ، مكتبة كلية التجارة ، ط ٢ ، ١٩٦٤ ، ص ٥٠٤ و د. محمد مصطفى القللي ، في المسؤولية الجنائية ، مطبعة جامعة فواد الاول ، القاهرة ، ١٩٤٨ ، ص ٧٧ .

الجنائية للأشخاص المعنوية^(١) ، وبخصوص العقوبة التي وضعها قانون العقوبات العراقي في المادة (٨٠) والتشريعات التي سايرته للشخص المعنوي فتقتصر على عقوبة الغرامة أو المصادرة إضافة الى التدابير الاحترازية المقررة قانوناً للجريمة من حل مؤقت أو نهائي أو وقف أعمال الشخص المعنوي على انه اذا كان القانون ينص على عقوبة أصلية للجريمة غير الغرامة أبدلت بالغرامة ، وأن عدم معاقبة الشخص المعنوي عمّا يرتكب من جرائم باسمه ولحسابه لا يمنع من معاقبة مرتكب الجريمة وهو ممثل الشخص المعنوي أو وكيله أو من يؤدي عملاً في خدمته شخصياً بالعقوبات المقررة للجريمة في القانون ، ونرى ضرورة إقرار مسؤولية الاشخاص المعنوية العامة عموماً لتشمل مصالح الحكومة ودوائرها الرسمية وبقية الاشخاص المعنوية العامة لاسيما بعد ازدياد مشاركة الدولة في نشاطات مشابهة لنشاطات الافراد وتعديل نص المادة (٨٠) ليصبح (الاشخاص المعنوية، مسؤولة جزئياً عن الجرائم التي يرتكبها ممثلوها أو مديروها أو وكلاؤها لحسابها أو باسمها، ولا يجوز الحكم عليها بغير الغرامة والمصادرة والتدابير الاحترازية المقررة للجريمة قانوناً، فاذا كان القانون يقرر للجريمة عقوبة اصلية غير الغرامة ابدلت بالغرامة ولا يمنع ذلك من معاقبة مرتكب الجريمة شخصياً بالعقوبات المقررة للجريمة في القانون) .

أما المشرع المصري فلم يكن قانون العقوبات يقر مسؤولية الاشخاص الاعتبارية (المعنوية) لحين صدور قانون تعديل قانون العقوبات ١٤٧ لسنة ٢٠٠٦ الذي اقر في الفقرة (أ) من المادة (٢٠٠مكرر) منه مسؤولية الشخص الاعتباري (المعنوي) إذ نصت " يكون الشخص الاعتباري مسؤولاً بالتضامن مع المحكوم عليه من العاملين لديه، عن الوفاء بما يحكم به من التعويضات في الجرائم التي ترتكب بواسطة الشخص الاعتباري من الصحف أو غيرها من طرق النشر، ويكون مسؤولاً بالتضامن عن الوفاء بما يحكم به من عقوبات مالية إذا وقعت الجريمة من رئيس التحرير أو المحرر المسئول وتكون مسؤولية رئيس التحرير أو من يقوم مقامه في الإشراف على النشر مسؤولية شخصية ويعاقب على أي من الجرائم المشار إليها في الفقرة السابقة بغرامة لا تقل عن خمسة آلاف جنيه ولا تجاوز عشرة آلاف جنيه، وذلك إذا ثبت أن النشر كان نتيجة إخلاله بواجب الإشراف" وكذلك منع على أي احد الاعفاء من المسؤولية أو إن يتخذ لنفسه مبرراً

(١) يرى احد الفقه ان علة هذا الاستثناء بأن مصالح الحكومة وغيرها من الاشخاص العامة مكلفة بإشباع حاجات الجمهور، وان تعطيل هذه الاشخاص أو حلها يؤثر على حياة المجتمع وضروراته ، اضافة لذلك فان الدولة وما عليها من واجبات من حفظ الامن والنظام ، يستبعد ان تستغل نشاطها في ارتكاب الجرائم للمزيد ينظر د. عقيل عزيز عودة ، مصدر سابق ، ص١٨٣ .

لذلك^(١) ، وكذلك ما جاء في المادة (٦ مكرراً) من قانون قمع التدليس والغش المصري بنصها " دون إخلال بمسئولية الشخص الطبيعي المنصوص عليها في هذا القانون، يسأل الشخص المعنوي جنائياً عن الجرائم المنصوص عليها في هذا القانون إذا وقعت لحسابه أو باسمه بواسطة أحد أجهزته أو ممثليه أو أحد العاملين لديه. ويحكم على الشخص المعنوي بغرامة تعادل مثل الغرامة المعاقب بها عن الجريمة التي وقعت، ويجوز للمحكمة أن تقضي بوقف نشاط الشخص المعنوي لمدة لا تزيد عن خمس سنوات أو بإلغاء الترخيص في مزاولة النشاط نهائياً"^(٢)، وبذلك فإن موقف المشرع المصري واضح من اقراره لمسئولية الشخص المعنوي دون أن يفرق بين الشخص المعنوي العام أو الخاص سواء في قانون العقوبات أو القوانين الخاصة .

وبالنسبة للمشرع الجزائري فقد أقر قانون العقوبات مبدأ عام يقضي بمسئولية الشخص المعنوي واستثنى الدولة والجماعات المحلية والاشخاص المعنوية الخاضعة للقانون العام من المسؤولية الجزائية، وذلك في المادة (٥١ مكرر) التي نصت على " باستثناء الدولة والجماعات المحلية والاشخاص المعنوية الخاضعة للقانون العام ، يكون الشخص المعنوي مسؤولاً جزائياً عن الجرائم التي ترتكب لحسابه من طرف أجهزته أو ممثليه الشرعيين عندما ينص القانون على ذلك ، وإن المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي لا تمنع مسائلة الشخص الطبيعي بوصفه فاعلاً اصلاً أو كشريك في نفس الافعال" ، إلا أن المشرع الجزائري خرج عن هذا المبدأ القاضي بعدم مسالة الشخص المعنوي العام بعدد من التشريعات الخاصة التي لم تستثن الأشخاص العامة من المسؤولية^(٣) ولم تفرّق فيما إذا كان الشخص المعنوي عام أو خاص، وبذلك فالشخص المعنوي العام يكون مسؤولاً جزائياً وفقاً لتلك القوانين في كل ما ورد به نص على خلاف موقف القوانين الجزائرية الذي تضمن مسائلة الشخص المعنوي الخاص فحسب^(٤).

(١) نصت المادة (١٩٧) من قانون العقوبات المصري على " لا يقبل من أحد، للإفلات من المسؤولية الجنائية مما نص عليه في المواد السابقة، أن يتخذ لنفسه مبرراً أو أن يقيم لها عذراً من أن الكتابات أو الرسوم أو الصور أو الصور الشمسية أو الرموز أو طرق التمثيل الأخرى إنما نقلت أو ترجمت عن نشرات صدرت في مصر أو في الخارج أو أنها لم تزد على ترديد إشاعات أو روايات عن الغير".

(٢) المادة (٦ مكرراً) من قانون قمع التدليس والغش المصري رقم ٤٨ لسنة ١٩٤١ (المعدل).

(٣) المادة (١١٥) من قانون الاعلام الجزائري ، والمادة (٥٦) من قانون تسيير النقابات ومراقبتها وازالتها الجزائري رقم ١٩-٠١ لسنة ٢٠١١ (المعدل) ، والمادة (٢) من قانون تسيير نفايات النشاطات العلاجية الجزائري رقم ٤٧٨-٠٢ لسنة ٢٠٠٣ .

(٤) د. سليمان حاج عزام ، المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي العام بين الرفض والقبول ، مجلة العلوم الانسانية ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، الجزائر ، العدد ٣٣ ، ٢٠١٤ ، ص ٢٧٥.

الفرع الثاني

الأساس القانوني للمسؤولية الجزائية الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات

يعد مبدأ الشرعية حجر الزاوية في القانون الجنائي عامة، وهو بهذه الصفة يمثل الضمان العام للمسؤولية الجزائية، فمن هذا المبدأ تنشأ بقية المبادئ التي تحكم المسؤولية في أي مرحلة من مراحلها ، فالمشرع العراقي نص في الفقرة ثانياً المادة (١٩) من دستور جمهورية العراق لسنة ٢٠٠٥ على مبدأ الشرعية بنصه " لا جريمة ولا عقوبة الا بنص ولا عقوبة إلا على الفعل الذي يعده القانون وقت اقترافه جريمة ولا يجوز تطبيق عقوبة أشد من العقوبة النافذة وقت ارتكاب الجريمة"^(١) ونصت المادة (١) من قانون العقوبات العراقي " لا عقاب على الفعل أو امتناع إلا بناء على قانون ينص على تجريمه وقت اقترافه ولا يجوز توقيع عقوبات أو تدابير احترازية لم ينص عليها القانون"^(٢) .

وحيث أن ضوابط الاعلانات وردت في عدة نصوص عليه سنتناول أساس المسؤولية الجزائية الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات في الدساتير والقوانين العقابية وفي القوانين الخاصة .

أولاً : أساس المسؤولية الجزائية الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات في الدساتير والقوانين العقابية

تعد المسؤولية الجزائية من المرتكزات الأساسية التي يقوم عليها مبدأ العقاب وترتبط بالقانون الجزائي ارتباطاً جوهرياً وتشكل محوراً أساسياً تدور حوله الفلسفة والسياسة الجزائية ، وإن تطور القانون الجزائي مقترباً بتطور المسؤولية الجزائية حيث ان دراسة القانون الجزائي تكون في جوهرها دراسة للمسؤولية الناشئة عن اتيان فعل أو امتناع يجرمه القانون^(٣)، ونص دستور جمهورية العراق في الفصل الثاني الحريات العديد من المبادئ التي تكفلها الدولة ومنها ما جاء بنص المادة (٣٨) التي تنص على أن" تكفل الدولة بما لا يخل بالنظام العام والآداب: أولاً:- حرية التعبير عن الرأي بكل الوسائل. ثانياً:- حرية الصحافة والطباعة والإعلان والإعلام والنشر. ثالثاً:- حرية الاجتماع ٠٠٠٠ وتنظم بقانون" . وإن تضمن الدستور لمادة تكفل حرية الاعلان هو بحد ذاته ضماناً من الضمانات الأساسية كونها منصوصاً عليها في الوثيقة الاسمي في الدولة ، إلا أن ممارسة نشاط الاعلانات بحرية لا يعني بحال من الاحوال عدم التقيد بما تقتضيه الضوابط

(١) تقابلها المادة (٩٥) من الدستور المصري ٢٠١٤ (المعدل) ، والمادة (٤٣) من الدستور الجزائري ٢٠٢٠ .

(٢) تقابلها المادة (١) من قانون العقوبات المصري ، والمادة (١) من قانون العقوبات الجزائري.

(٣) د. محمود داوود يعقوب، المسؤولية في القانون الجنائي الاقتصادي، ط١، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، ٢٠٠٨ ،

والشروط المحددة لها ، كما عاقب قانون العقوبات العراقي كل من اعلن عن كتاباً أو مطبوعاً أو كتاباتٍ أخرى أو أي رسوم أو صوراً أو افلام أو رموز أو غير ذلك من الاشياء اذا كانت مخلة بالحياء أو الآداب العامة وعدّ قصد إفساد الأخلاق فيها ظرفاً مشدداً وذلك في المادة (٤٠٣) التي نصت على أن "يعاقب بالحبس مدة لا تزيد على سنتين وبغرامة لا تزيد على مائتي دينار^(١) أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من صنع أو استورد أو صدر أو حاز أو احرز أو نقل بقصد الاستغلال أو التوزيع كتاباً أو مطبوعات أو كتابات أخرى أو رسوماً أو صوراً أو افلاماً أو رموزاً أو غير ذلك من الاشياء إذا كانت مخلة بالحياء أو الآداب العامة. ويعاقب بالعقوبة ذاتها كل من اعلن عن شيء من ذلك أو عرضه على انظار الجمهور أو باعه أو اجره أو عرضه للبيع أو الايجار ولو في غير علانية. وكل من وزعه أو سلمه للتوزيع بأية وسيلة كانت".

وجرم قانون العقوبات العراقي كل من وضع اعلاناً في غير المحلات المأذون بوضع الاعلانات فيها أو نزعها أو اتلافها أو تشويهها بغير حق حيث نصت المادة (٤٩٢) على أن "يعاقب بغرامة لا تزيد على عشرة دنانير^(٢) من وضع اعلاناً في غير المحلات المأذون بوضع الاعلانات فيها أو نزع أو اتلف أو شوه بغير حق اعلاناً موضوعاً في تلك المحلات". حيث حرص المشرع ان وضع الاعلانات في أماكنها المحددة من الجهات التي تملك ذلك الاختصاص .

أما المشرع المصري فقد خلا الدستور المصري من النص على كفالة حرية الاعلانات ، في حين نصت المادة (١٧٨) من قانون العقوبات على "يعاقب بالحبس مدة لا تزيد على سنتين وبغرامة لا تقل عن (٥٠٠٠) خمسة آلاف جنيه ولا تزيد على عشرة آلاف جنيه أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من نشر أو صنع أو حاز بقصد الاتجار أو التوزيع أو الإيجار أو اللصق أو العرض مطبوعات أو مخطوطات أو رسومات أو إعلانات أو صوراً محفورة أو منقوشة أو رسوماً يدوية أو فوتوغرافية أو إشارات رمزية أو غير ذلك من الأشياء أو الصور عامة إذا كانت خادشة للحياء العام"^(٣) وبذلك يتضح ان نطاق المسؤولية قد شمل كل من نشر أو صنع أو حاز بقصد الاتجار أو التوزيع أو الإيجار أو اللصق أو العرض اعلانات إذا كانت خادشة للحياء العام وشمل أيضاً المطبوعات أو المخطوطات أو الرسومات أو صوراً محفورة أو منقوشة أو رسوماً

(١) غُدل مبلغ الغرامات بمقتضى قانون التعديل رقم ٦ لسنة ٢٠٠٨ (تعديل الغرامات الواردة بقانون العقوبات رقم ١١١ لسنة ١٩٦٩ المعدل والقوانين الخاصة الأخرى) وذلك في المادة (٢) التي نصت على أن "يكون مقدار الغرامات المنصوص عليها في قانون العقوبات ٠٠٠٠٠ كالآتي: أ) في المخالفات مبلغاً لا يقل عن (٥٠٠٠٠) خمسون ألف دينار و لا يزيد على (٢٠٠٠٠٠) مئتي ألف دينار. ب) في الجنح مبلغاً لا يقل عن (٢٠١٠٠٠) مئتي ألف دينار وواحد ولا يزيد عن (١٠٠٠٠٠٠) مليون دينار. ج) في الجنايات مبلغاً لا يقل عن (١٠٠٠٠٠١) مليون وواحد دينار ولا يزيد عن (١٠٠٠٠٠٠٠) عشرة ملايين دينار".

(٢) غُدل مبلغ الغرامات بموجب القانون رقم (٦) لسنة ٢٠٠٨ للمزيد ينظر الهامش رقم (١) من الصفحة نفسها.

(٣) غُدل مبلغ الغرامة الوارد في المادة (١٧٨) من قانون العقوبات المصري بموجب القوانين ١٦٩ لسنة ١٩٨١ و القانون رقم (٩٣) لسنة ١٩٩٥ والقانون رقم ٩٥ لسنة ١٩٩٦ والقانون رقم ١٤٧ لسنة ٢٠٠٦.

يدوية أو فوتوغرافية أو إشارات رمزية أو غير ذلك من الأشياء أو الصور العامة وإن المشرع قد وسع نطاق المسؤولية الجزائية لتشمل كل من له دور في الاعلانات سواء كان ناشراً أو صانعاً أو حائزاً أو قام باللصق وهذا يدل على حرص المشرع بعدم إفلات أحد من المسؤولية حتى وإن كان دوره بسيطاً فيها .

وفيما يخص المشرع الجزائري فقد خلا الدستور الجزائري من النص على كفالة حرية الاعلانات ، في حين جرمت المادة (٣٣٣/مكرر) من قانون العقوبات الجزائري في القسم السادس : انتهاك الآداب من الفصل الثاني : الجنايات والجنح ضد الاسرة والآداب العامة من الباب الثاني: الجنايات والجنح ضد الافراد التي نصت على أن " يعاقب بالحبس من شهرين إلى سنتين و بغرامة من ٥٠٠ إلى ٢٠٠٠ دج^(١) كل من صنع أو حاز أو استورد أو ساعى في استيراد من أجل التجارة أو وزع أو أجر أو لصق أو أقام معرضاً أو عرض أو شرع في العرض للجمهور أو باع أو شرع في البيع أو وزع أو شرع في التوزيع كل مطبوع أو محرر أو رسم أو إعلان أو صور أو لوحات زيتية أو صور فوتوغرافية أو أصل الصورة أو قالبها أو أنتج أي شيء مخل بالحياء".

تأسيساً على ما تقدم فإن المشرع العراقي انفرد من بين التشريعات محل المقارنة بأنه قد ضمن مواد الدستور مادة تكفل حرية الاعلانات بالرغم من أن مهمة الدستور تناول المبادئ الأساسية والحقوق والحريات العامة إلا أن ذكره للاعلانات تعطى مشروعية لممارسة هذه الحرية ومسائلة من يخالفها ، أما القوانين العقابية فهي تضمنت مواد عقابية لبعض تطبيقات المسؤولية الجزائية الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات تاركة الصور الجرمية الدقيقة للقوانين الخاصة في مجال الاعلانات.

ثانياً : أساس المسؤولية الجزائية الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات في القوانين الخاصة

هنالك عدد من القوانين الخاصة التي ترتبط بموضوع المسؤولية الجزائية الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات إذ إن مخالفة ضوابط الاعلانات قد تكون ماسة بمكاتب الدعاية والنشر والاعلان أو بالطرق العامة أو بحماية المستهلك أو بالمطبوعات أو ببراءات الاختراع ، مما يستلزم الاشارة إلى النصوص الواردة بهذه التشريعات الخاصة في الدول محل المقارنة .

(١) غُدل مبلغ الغرامة بموجب القانون رقم ٨٢-٠٤ لسنة ١٩٨٢ واصبحت كالاتي " العقوبات الأصلية في مواد الجنايات: ١. الإعدام، ٢. السجن المؤبد، ٣. السجن المؤقت لمدة تتراوح بين خمس (٥) سنوات و عشرين (٢٠) سنة ماعدا الحالات التي يقرر فيها القانون حدوداً أخرى قصوى. ، و العقوبات الأصلية في مادة الجنح هي : ١. الحبس مدة تتجاوز شهرين إلى خمس سنوات ماعدا الحالات التي يقرر فيها القانون حدوداً أخرى. ٢. الغرامة التي تتجاوز ٢٠.٠٠٠ دج، و العقوبات الأصلية في مادة المخالفات هي : ١. الحبس من يوم واحد على الأقل إلى شهرين على الأكثر، ٢. الغرامة من ٢٠٠٠ إلى ٢٠.٠٠٠ دج"

فبالنسبة للمشرع العراقي نصت المادة (١٤) من قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان رقم (٤٥) لسنة ١٩٧١ على "١- يعاقب المخالف لأحكام المادة الثانية بغلق المكتب وبغرامة لا تقل عن مائة دينار ولا تزيد على ثلاثمائة دينار"^(١)، وحيث ان المادة (٢) من القانون تنص على " يؤسس المكتب من شخص أو أكثر بإجازة من الوزارة" وإن المادة (١) من قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان عرفت المكتب انه "٣-المكتب : مكتب الدعاية والنشر والاعلان والخط والاعلان الضوئي والنقش على المرمر والخشب وتصميم الاغلفة والديكور الزخرفي والريادة الاسلامية والمؤسسات الصحفية والفنية التي تمارس أعمال الدعاية أو النشر أو الاعلان" ، وكذلك نصت المادة (١٤) من ذات القانون على " يعاقب المخالف لأحكام المواد الخامسة والسادسة والثامنة والتاسعة والعاشر والحادية عشرة والثانية عشرة بغرامة لا تقل عن (٥٠) خمسين ديناراً ولا تزيد على (١٥٠) مائة وخمسين ديناراً" ، وأن الافعال المجرمة نصت عليها المواد : المادة (٥) نصت على "١-تحصر اعمال الاعلان خارج العراق بجميع أنواعه بالوزارة ويتم التصرف بها وفقاً لتعليماتها، وتمتتع المكاتب عن القيام بهذه الاعمال بصورة مباشرة. ٢- تلتزم الدوائر الرسمية وشبه الرسمية ومؤسسات القطاع العام بنشر إعلاناتها عن طريق الوزارة بالنسبة لجميع وسائل الاعلان داخل العراق وخارجه. ٣- يحصر اصدار الكرايس ذات الصفة الاعلامية العامة بالوزارة".

أما قانون الطرق العامة العراقي رقم (٣٥) لسنة ٢٠٠٢ (المعدل) فقد نص المادة (١٢) منه على " يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن (٣) ثلاثة أشهر ولا تزيد على سنة وبغرامة لا تقل عن (٥٠٠٠٠) خمسين الف دينار ولا تزيد عن (٢٥٠٠٠٠) مئتين وخمسين الف دينار أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من : خامساً/ أ خالف احكام المادة (٨) من هذا القانون"، وإن المادة (٨) تنص " اولا -لا يجوز البناء أو الغرس أو الزرع أو شق الانهر أو الجداول أو المبازل أو مد الاسلاك أو تثبيت وسائل الدعاية والاعلان أو جراء اي تصرف اخر ضمن حدود المحرمات من اية جهة كانت الا بموافقة تحريرية من الهيئة".

وفيما يتعلق بقانون حماية المستهلك العراقي رقم (١) لسنة ٢٠١٠ (المعدل) فقد نصت المادة (١٠) على "أولاً : يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن (٣) ثلاثة أشهر أو بغرامة لا تقل عن (١٠٠٠٠٠٠) مليون دينار أو بهما معاً كل من خالف أحكام المادة (٩) من هذا القانون " ، وإن المادة (٩) تضمنت عدة محضورات هي: "يحظر على المجهز والمعلن ما يأتي: أولاً : ممارسة الغش والتضليل والتدليس وإخفاء حقيقة المواد المكونة للمواصفات المعتمدة في السلع والخدمات كافة. ثانياً : استعمال القوة أو الممانعة مع لجان التفتيش وممثلي

(١) عدل مبلغ الغرامات للمزيد ينظر الهامش رقم (١) من الصفحة (٢٤).

الجهات الرسمية ذوات العلاقة ومنعهم من القيام بواجباتهم المناطة بهم أو عرقلتها بأية وسيلة كانت .ثالثاً : إنتاج أو بيع أو عرض أو الإعلان عن :-أ- سلع وخدمات مخالفة للنظام العام أو الآداب العامة .ب- أي سلع لم يدون على أغلفتها أو علبها وبصورة واضحة المكونات الكاملة لها ، أو التحذيرات (إن وجدت) وتاريخ بدء وانتهاء الصلاحية .رابعاً : إخفاء أو تغيير أو إزالة أو تحريف تاريخ الصلاحية .خامساً : إعادة تغليف المنتجات التالفة أو المنتهية الصلاحية بعبوات ، وأغلفة تحمل صلاحية مغايرة للحقيقة ومضلة للمستهلك " .

أما قانون المطبوعات العراقي رقم ٢٠٦ لسنة ١٩٦٨ (المعدل) فقد نصت المادة (١٨) منه على " أ - يعاقب بالحبس مدة لا تتجاوز ثلاثين يوماً أو بغرامة لا تزيد على خمسين ديناراً أو بكلتا العقوبتين كل من خالف احكام هذا القانون" ، وحيث ان الاعلانات قد تكون داخلية ضمن المطبوعات الدورية^(١) كالاعلانات في الجرائد اليومية ، أو المطبوعات غير الدورية^(٢) كالاعلانات المصققة على الجدران ، وبالتالي فهناك امور لا يجوز ان تنشر في المطبوع الدوري اطلاقاً^(٣) وهنالك أمور لا يجوز أن تنشر في المطبوع الا بإذن من الجهة الرسمية المختصة^(٤) وبخلافه يتعرض للعقوبة المنصوص عليها أعلاه.

(١) عرفت الفقرة (٣) من المادة (١) من قانون المطبوعات العراقي رقم ٢٠٦ لسنة ١٩٦٨ (المعدل) المطبوع الدوري بأنه "كل مطبوع يصدر باستمرار في اعداد متسلسلة وفي اوقات معينة" ، اما قانون تنظيم الصحافة والاعلام والمجلس الاعلى لتنظيم الاعلام المصري رقم ١٨٠ لسنة ٢٠١٨ فقد عرف المطبوعات في المادة (١) منه بأنها "كل الكتابات أو الرسوم أو القطع الموسيقية أو الصور أو غير ذلك من وسائل التمثيل متى نقلت بالطرق الميكانيكية أو الكيميائية أو الالكترونية أو غيرها فأصبحت بذلك قابلة للتداول" اما القانون العضوي المتعلق بالاعلام الجزائري رقم ١٢-٠٥ لسنة ٢٠١٢ فقد عرف المطبوعات في المادة (٨) بأنه "كل نشرية تتناول خبراً له علاقة بميادين خاصة وتكون موجهة لفئات الجمهور" .

(٢) عرفت الفقرة (٥) من المادة (١) من قانون المطبوعات العراقي المطبوع غير الدوري بأنه "كل مطبوع يصدر مرة واحدة أو في اجزاء معلومة كالكتب والتصاویر والنشرات وغيرها سواء كانت مطبوعة أو مخطوطة باليد أو مكتوبة بأية وسيلة اخرى بأكثر من نسخة واحدة ولغرض النشر" .

(٣) نصت المادة (١٦) من قانون المطبوعات العراقي على " لا يجوز ان ينشر في المطبوع الدوري- ١- ما يعتبر ماساً برئيس الجمهورية أو اعضاء مجلس قيادة الثورة أو رئيس الوزراء أو من يقوم مقامهم. ٢- ما يسيء الى علاقة العراق بالدول العربية والصديقة. ٣- ما يسيء الى الثورة ومفاهيمها والجمهورية ومؤسساتها وما يروج للأفكار الاستعمارية والانفصالية والرجعية والاقليمية والصهيونية والعنصرية وما يحرض على الاخلال بأمن الدولة الداخلي والخارجي. ٤- وما يحرض على ارتكاب الجرائم أو عدم اطاعة القوانين أو الاستهانة بهيئة الدولة. ٥- ما يثير البغضاء أو الحزازات أو بث التفرقة بين افراد الشعب أو قومياته أو طوائفه الدينية المختلفة أو يصدع وحدته الداخلية ٦- ما يشكل طعناً بالأديان المعترف بها في الجمهورية العراقية. ٧- ما يعتبر انتهاكاً لحرمة الآداب والقيم الخلقية العامة. ٨- ما من شأنه التأثير على الحكام بصدد الدعاوى التي ينظرون فيها. ٩- راي العضو المخالف في محكمة مؤلفة من هيئة . ١٠- ما من شأنه التأثير على الادعاء العام أو المحامين أو المحققين أو الشهود أو الراي العام في قضية معروضة على القضاء. ١١- التعرض للغير بما يعتبر تشهيراً أو قذفاً في اشخاصهم لذاتها. ١٢- الاخبار التي من شأنها اسقاط العملة الوطنية أو سندات القرض الحكومي أو اضعاف الثقة بها في الداخل والخارج" .

(٤) نصت المادة (١٧) من قانون المطبوعات العراقي " لا يجوز ان ينشر في المطبوع الا بأذن من الجهة الرسمية المختصة :١- اعضاء بيان أو قول منسوب للرئيس الجمهورية أو اعضاء مجلس قيادة الثورة أو رئيس الوزراء أو من يقوم مقامهم. ٢- محاضر الجلسات السرية للمحاكم أو لمجلس قيادة الثورة أو مجلس الوزراء أو المراسلات السرية الرسمية. ٣- مداولات مجلس الوزراء أو قراراته أو اقرارات الرسمية الاخرى. ٤- الاتفاقيات والمعاهدات التي تعقدها الحكومة العراقية وكذلك القوانين والانظمة والتعليمات قبل نشرها في الجريدة الرسمية. ٥- سير التحقيق في الجرائم. ٦- اوامر حركات القوات =

وكذلك ما جاء ب(بيان منع استعمال المصطلحات غير العربية في الواح الدلالة والاعلان خاص بتعريف التأمين الالزامي من حوادث السيارات القانون رقم ٥٢ / ١٩٨٠) فقد نصت " على المخالف لأحكام هذا البيان إزالة المخالفة خلال مدة ٢٠ يوم من تاريخ انذاره من قبل الوحدة المختصة وتحديد نوع المخالفة وبعكسه يحال إلى محكمة جناح الامانة لمعاقبته بعقوبة الغرامة التي لا تتجاوز (-/٥٠٠) خمسمائة دينار بموجب الفقرة ب من أولاً من المادة ١١ من قانون الحفاظ على سلامة اللغة العربية". وحيث أن المادة (١) من البيان نصت "يمنع استعمال التسميات والمصطلحات غير العربية أو المحلية في ألواح الدلالة والاعلان للمحلات التجارية والصناعية والزراعية والمكاتب والمرافق الخدمية والمؤسسات والمنظمات والجمعيات والشركات والمعامل ضمن حدود مدينة بغداد".

أما التشريع المصري فأن قانون الطرق العامة المصري رقم ٨٤ لسنة ١٩٦٨ (المعدل) فقد نصت الفقرة (٢) من المادة (٣) منه على أن "يعاقب بالحبس مدة لا تزيد عن شهر وبغرامة لا تتجاوز (١٠) عشرة جنيهات أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من يتعدى على الطرق العامة بأحد الاعمال الاتية: ٢- من وضع أو انشأ أو استبدل لافتات أو اعلانات او... بدون ترخيص من الجهة المشرفة على الطريق" وكذلك قانون تنظيم الاعلانات على الطرق العامة المرقم ٢٠٨ لسنة ٢٠٢٠ نصت المادة (٩) منه على " كل من وضع اعلاناً أو لافتة أو تسبب في وضعها بالمخالفة لهذا القانون والقرارات المنفذة لع يعاقب بالغرامة التي لا تقل عن مثلي قيمة تكلفة الأعمال ولا تزيد على ثلاثة امثال تلك القيمة".

وقد عاقب قانون حماية المستهلك المصري فقد نصت المادة (٦٦) من القانون على أن "يعاقب بغرامة لا تقل عن (٥٠٠٠٠) ألف جنيه ولا تجاوز (٢٠٠٠٠٠٠) مليوني جنيه، أو مثلي قيمة المنتج محل المخالفة أيهما أكبر، كل مورد خالف أحكام أي من المواد: (٩، ١٣، ١٠٠٠٠٠) من هذا القانون" وحيث ان المادة (٩) من القانون نصت على أن "يحظر على المجهز والمعلن ما يأتي:- أولاً : ممارسة الغش والتضليل والتدليس واخفاء حقيقة المواد ٠٠٠ والمواصفات المعتمدة في السلع والخدمات كافة" ، أما المادة (١٣) من القانون فنصت على أن "يحظر استيراد منتجات أو إنتاجها أو تداولها أو الإعلان عنها على نحو يكون من شأنه التمييز بين المواطنين أو الإساءة إليهم، أو الإخلال بقواعد النظام العام أو الآداب العامة"،
يضاف الى ذلك أن قانون تنظيم الاعلان عن المنتجات والخدمات الصحية جاء فيه " يعاقب بالحبس لمدة لا تقل عن شهر وبغرامة لا تقل عن (٥٠٠٠٠٠) خمسين الف جنيه ولا تتجاوز (١٠٠٠٠٠٠) مائة الف جنيه أو

=المسلحة والشرطة أو اية قوة وطنية اخرى أو ما يتعلق بتشكيلاتها أو تنظيماتها أو اسلحتها أو تعبئتها.٧- القرارات المتعلقة بالتسعييرة أو الاستيراد أو التعريفية الكمركية أو تبادل العملات".

بإحدى هاتين العقوبتين كل من يعلن أو يسمح بالاعلان عن أي منتج صحي أو خدمة صحية بغير ترخيص بذلك من اللجنة المختصة....^(١) .

وبالنسبة للتشريع الجزائري فأن قانون حماية المستهلك وقمع الغش الجزائري رقم (٠٩-٠٣) لسنة ٢٠٠٩ (المعدل) نص في المادة (٦٩) على أن " ترفع العقوبات المنصوص عليها في المادة ٦٨ اعلاه الى خمس سنوات حبساً وغرامة مقدارها (٥٠٠٠٠٠٠) خمسمائة الف دينار اذا كان الخداع أو محاولة الخداع ارتكبت بواسطة كتيبات أو منشورات أو نشرات أو معلقات أو اعلانات أو بطاقات أو اية تعليمات أخرى"، أما قانون القواعد المطبقة على الممارسات التجارية الجزائري فقد نصت المادة (٤٧) على أن " يمكن أن تضاف الى هذه العقوبات عقوبة حبس من (٣) ثلاثة أشهر الى سنة واحدة" لكل من يقوم بإشهار غير شرعي وممنوع مما ورد في المادة (٢٨) من ذات القانون وإن المادة (٢٨) تنص على "دون الاخلال بالاحكام التشريعية والتنظيمية الاخرى المطبقة في هذا الميدان يعد اشهاراً غير شرعي وممنوعاً كل إشهار تضليلي ولاسيما إذا كان: ١- يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتج أو خدمة أو بكميته أو وفرته أو مميزاته. ٢- ان يتضمن عناصر يمكن أن تؤدي إلى الالتباس مع بائع اخر أو مع منتجاته أو خدماته أو نشاطه"، وكذلك ما جاء في قانون التجارة الالكترونية الجزائري رقم (١٨-٠٥) لسنة ٢٠٠٨ الذي ينص على " دون المساس بالأحكام التشريعية المعمول بها في هذا المجال كل اشهار أو ترويج أو رسالة ذات طبيعة أو هدف تجاري تتم عن طريق الاتصالات الالكترونية يجب أن يلي المقتضيات الاتية :- ألا تمس بالآداب العامة والنظام العام....."^(٢).

المطلب الثاني

ذاتية جرائم مخالفة ضوابط الاعلانات المنشئة للمسؤولية الجزائرية

أن لكل شيء كياناً مستقلاً يتضمن عناصره وصفاته ويحدد نطاقه والفرق بينه وبين الأشياء التي تقترب منه أو تقترب عنه في بعض أوجه الشبه والاختلاف وتتميز جرائم مخالفة ضوابط الاعلانات بجملة من الخصائص المميزة لها ، كما أنها تتشابه مع عدد من الجرائم التي تبدو مشابهة لها في بعض الأهداف أو الوسائل أو المظهر ولبيان ذلك سنتناول هذا المطلب بفرعين نغرد الفرع الأول لخصائص جرائم مخالفة ضوابط الاعلانات المنشئة للمسؤولية الجزائرية ، ونخصص الفرع الثاني لتمييز جرائم مخالفة ضوابط الاعلانات المنشئة للمسؤولية الجزائرية عما يشابهها .

(١) المادة (٧) من قانون تنظيم الاعلان عن المنتجات والخدمات الصحية المصري رقم ٢٠٦ لسنة ٢٠١٧ .
(٢) المادة (٣٠) من قانون التجارة الالكترونية الجزائري.

الفرع الأول

خصائص جرائم مخالفة ضوابط الاعلانات المنشئة للمسؤولية الجزائية

تتصل الاعلانات بكثير من فروع القانون فهي تتصل بالقانون التجاري لاسيما التاجر والمستهلك، وتتصل بالقانون الاداري بالخصوص الأعمال القانونية للإدارة كالعقود والقرارات الادارية والمزيدات^(١)، وكذلك تتصل بالقانون الدولي الخاص فيما يخص الاعلانات المبرمة والمنفذة والمستوردة خارج حدود الدول^(٢)، كما تتصل بالقانون الجنائي من خلال وضع نصوص تجريرية خاصة بمخالفة ضوابط الاعلانات التي أصبحت محل اهتمام كبير للباحثين^(٣)، وإن هذا الاتصال بهذه القوانين جعل منها ميداناً واسعاً من ميادين الأعمال التي يعمل في نطاقها عدد كبير من المنشآت والافراد ذوي الوظائف المتباينة بحيث توزع الاختصاصات بينهم ويجمعهم هدف واحد هو نشر الاعلانات بين أكبر قدر ممكن من الجمهور، وبذلك فإن جرائم مخالفة ضوابط الاعلانات لها عدة خصائص تميزها أهمها:

اولا : القاعدة والاستثناء في طبيعة الاعلانات : تبرز أهمية تحديد طبيعة الاعلانات من خلال اختلاف الآثار المترتبة عليها ومعرفة المسؤولية المترتبة على مخالفة ضوابطها وفيما اذا كانت القاعدة فيها عملاً تجارياً أم عملاً مدنياً ، ولتحديد ذلك لابد من بيان طبيعة الاعلانات عموماً في التشريعات الخاصة ثم الوقوف على طبيعة عمل كل طرف من اطراف الاعلانات وهم المعلن ومكاتب الاعلانات واداة الاعلان^(٤).
فبالنسبة لممارسة نشاط الاعلانات بصورة عامة وعلى وفق قانون التجارة العراقي فإنها من ضمن مجموعة الأعمال التي تعد أعمالاً تجارية اذا كانت بقصد تحقيق الربح^(٥) ، كما عدّ المشرع الشخص

(١) الفقرة (ثالثا) من المادة (١٢) والمادة (٣٠) من قانون بيع وايجار اموال الدولة العراقي رقم ٢١ لسنة ٢٠١٣ (المعدل)، والمادة (٢٠) من قانون تنظيم التعاقدات التي تبرمها الجهات الحكومية المصري رقم ١٨٢ لسنة ٢٠١٨ ، والمواد (٦١-٦٢) من قانون تنظيم الصفقات العمومية وتفويضات المرفق العام الجزائري رقم ٥-٢٤٧ لسنة ٢٠١٥ .

(٢) ان الاعلانات في منظور القانون الدولي قد تتضمن معنى الاعلانات العادية اذا توافرت فيها شروط تلك الاعلانات ، إلا أن الاصل فيها انها اعلانات دولية ودستورية تخرج عن نطاق الدراسة كالاعلان عن دولة والاعلان عن ثورة والاعلان عن حرب والاعلان عن حكومة والاعلان عن استقلال والاعلان عن حماية والاعلان عن انتداب والاعلان عن وصاية للمزيد راجع د. عبد الفتاح عبد الرزاق محمود ، الاعلان عن دولة دراسة تأصيلية و تحليلية ، مطابع شتات ، مصر ، القاهرة ، ٢٠٠٩ ، ص ١٢٣ وما بعدها .

(٣) د . حسني احمد الجندي ، قوانين قمع التدليس والغش (الحماية الجنائية للمستهلك)، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٨٦ و د . عبد العظيم مرسي وزير، حماية المستهلك في ظل قانون العقوبات الاقتصادي في مصر ، مجلة القانون والاقتصاد ، عدد خاص بالمؤتمر المنعقد في مدينة فريبورج في المانيا الاتحادية ، ١٩٨٢ .

(٤) د. شيرزاد عزيز سليمان ، عقد الاعلان في القانون ، ط١، دار دجلة ، الاردن ، ٢٠٠٨ ، ص ١٧٩ .

(٥) نصت الفقرة (خامساً) من المادة (٥) من قانون التجارة العراقي رقم ٣٠ لسنة ١٩٨٤ (المعدل) على " تعتبر الاعمال التالية اعمالاً تجارية اذا كانت بقصد الربح : خامساً : النشر والطباعة والتصوير والاعلان" .

الطبيعي والمعنوي الذي يزول على وجه الاحتراف إحدى الأعمال التجارية التي ذُكرت في القانون تاجراً^(١)، في حين أن قانون التجارة المصري قد عدّ أعمال الاعلانات عملاً تجارياً واشترط فيها ان يكون مزاولتها على سبيل الاحتراف^(٢) ، بينما قانون التجارة الجزائري فقد عدّ وكالات ومكاتب الأعمال أيّ كان هدفها أعمالاً تجارية^(٣).

وفيما يتعلق بأطراف الاعلان سنبين طبيعة كل منهم ، فبالنسبة للمعلن قد يكون من الاشخاص الطبيعيين أو شخصاً معنوياً ، وقد يكون شخصاً من أشخاص القانون الخاص وقد يكون مؤسسة عامة ، وقد يكون تاجر أو غير تاجر، فالقاعدة انه ليس تاجر والاستثناء أن يكون تاجراً، أما المؤسسات التي تمارس الاعلانات كأعمالاً تجارية بقصد الربح فالاعلانات تكون تجارية، أما بخصوص الاعلانات الحكومية كالاعلانات الصحية الوقائية أو الاعلانات الوزارية التعريفية أو الثقافية فلا تعد اعلانات تجارية الا إذا كانت الحكومة مارستها لأسباب ربحية.

وبالنسبة لمكاتب الاعلان^(٤) فالقاعدة انها مكاتب تجارية تمارس أعمالها لقاء رسوم محددة قانوناً^(٥) وهي مكاتب احترافية تعمل بأماكن محددة واشخاص يمتنون العمل بأدوات خاصة ، وتتسم هذه المكاتب بالتنوع والتعدد على حسب الاعتبارات الجغرافية أو التبعية أو الوظيفية المختلفة فهي تصنف من حيث العوامل الجغرافية الى محلية ودولية ، ومن حيث تبعيتها إلى مكاتب خاصة ومكاتب مختلطة ومكاتب عامة، ومن حيث الوظيفة التي تقوم بها تنقسم الى وسيطة و متخصصة^(٦).

أما ادوات الاعلان كالإذاعة والصحافة والتلفزيون ، فهي الأداة التي ينقل فيها الاعلانات من المعلن الى المتلقي، وهي أما تتعاقد مباشرة مع المعلن وهي حالات قليلة أو تتعاقد مع مكاتب الاعلان وهي الحالة الشائعة فالقاعدة أن هذه الأعمال هي أعمال تجارية وبالتالي الاعلانات تكون تجارية من خلال تأجير المساحات الاعلانية سواء للمعلنين أم لمكاتب الاعلان على وفق شروط أغلبها مُعدّ مسبقاً مقابل نشر هذه

(١) الفقرة (اولاً) من المادة (٧) من قانون التجارة العراقي .

(٢) نصت المادة (الخامسة / ح) من قانون التجارة المصري رقم ١٧ لسنة ١٩٩٩ (المعدل) على تعداد الاعمال التجارية اذا كانت مزاولتها على وجه الاحتراف حيث نصت على " اعمال الدور والمكاتب التي تعمل في مجال النشر والطباعة والتصوير والكتابة على الآلات الكاتبة وغيرها والترجمة والاذاعة والتلفزيون والصحافة ونقل الاخبار والبريد والاتصالات والاعلان " .

(٣) المادة (٣) من القانون التجاري الجزائري الصادر بالأمر رقم ٧٥-٥٩ المؤرخ في ٢٦ / ٩ / ١٩٧٥ .

(٤) الفقرة (الثالثة) من المادة (الاولى) من قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان الذي عرفت مصطلح مكتب الدعاية والنشر والاعلان .

(٥) الفقرة (٢) من المادة (٤) من قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان مكتب الدعاية والنشر والاعلان العراقي حددت رسوم الاعلانات .

(٦) المادة (٢) من تعليمات رقم (٤) لسنة ١٩٩٤ تعديل مكاتب الدعاية والنشر والاعلان رقم ٤٥ لسنة ١٩٧١ .

الاعلانات في أوقات محددة ، والاستثناء أنها أعمالاً ليست تجارية حين تمارس أعمالها بدون ربح فتكون اعلاناتها ليست تجارية^(١) وهي حالات نادرة.

ثانياً: الاعتراف بالأسلوب الايجابي في التجريم : لقد أولى المشرع أهمية للاعلانات واعتمد على أسلوب التجريم الوقائي الايجابي في العديد من مواضع مخالفة ضوابط الاعلانات كما في تجريمه مخالفة ضوابط الاعلانات عن السلع والخدمات المتضمنة مخالفة للنظام العام والآداب العامة^(٢)، وكذلك تجريمه مخالفة ضوابط الاعلانات الصحية التي لم تستوف شروط الترخيص بالاعلانات^(٣)، بمعنى أن جرائم مخالفة ضوابط الاعلانات من جرائم الخطر إذ إن السلوك الجرمي فيها يعد عدواناً محتمل على المصلحة محل الحماية وتهديدها بالخطر، ولا يتطلب تحقق النتيجة الجرمية فيها وقوع ضرر بالفعل إنما تتحقق بمجرد قيام الخطر الذي ينذر باحتمال وقوع الضرر^(٤) ، حيث ان الاعلانات تعد نشاطاً اتصالياً بوسائل يتم اللجوء اليها من جميع المؤسسات والهيئات والمنشآت سواء كانت الربحية أم غير الربحية وكذلك الافراد ، وتتوقف الاعلانات على الخيارات الاعلانية الصحيحة للأفراد الأمر الذي يتوقف عليه اختيار وسائل الاعلانات وحجمها ومدى استمرارها^(٥)، وبالتالي فإن الصورة الأبرز لمخالفة شروط الاعلان من اطراف الاعلان تكون ايجابية وهذا لا يعني عدم افتراض وجود بعض الحالات الفردية للسلوك السلبي .

ثالثاً : الوسيلة المعتمدة في ممارسة الاعلانات : إن السمة الغالبة لممارسة الاعلانات تكون على صورة رضائية^(٦) تنشأ بمجرد الاتفاق عليها ولا حاجة إلى شكليات محددة قانوناً لإبرامها في تشريعات الدول محل المقارنة فممارستها تعدّ احدى تطبيقات عقود المعاوضة التي يأخذ فيها كل طرف مقابل لما يعطي^(٧)، ويفرض الالتزامات المتبادلة بين أطراف الاعلان^(٨) فالمعلن يأخذ أجراً من صاحب الاعلان مقابل التزامه بالقيام بالاعلان على وفق الشروط والالتزامات المتفق عليها دون أن يكون هنالك اشتراط لشكل معين يتم

(١) د. بتول صراوة عبادي ، مصدر سابق، ص ٣٦.

(٢) د. علي حمزة عسل الخفاجي و د. خالد مجيد الجبوري ، التجريم الوقائي في قانون حماية المستهلك العراقي ، مجلة المحقق الحلي للعلوم القانونية والسياسية ، جامعة بابل ، العدد ١ ، السنة ٩ ، ٢٠١٧ ، ص ٣١٢ .

(٣) المادة (٧) من قانون تنظيم الاعلان عن المنتجات والخدمات الصحية المصري .

(٤) د . محمد علي السالم عياد الحلبي ، مصدر سابق ، ص ١٤١ .

(٥) هالة مقداد احمد الجليلي، الاعلان دراسة قانونية مقارنة، كلية القانون، جامعة الموصل، ٢٠٠٢، ص ١٧

(٦) سوف لن نتناول القواعد العامة للعقود بل نقتصر على بيان احدى خصائص الاعلانات المتمثلة بطريقة ابرامها وبالإمكان الرجوع في موضوع النظرية العامة للعقد الى المؤلفات الاتية د. مصطفى العوجي ، القانون المدني، ج١، العقد ، منشورات الحلبي الحقوقية ، ٢٠١٩ و د. محي الدين اسماعيل ، نظرية العقد مقارنة بين القوانين العربية والشريعة الاسلامية ، ط ٣، دار النهضة العربية، بدون سنة طبع، ومحمود محمد علي صبره، اعداد وصياغة العقود الحومية بالعربية والانجليزية، مكتب صبرة للتأليف والترجمة ، مصر، ٢٠٠٧، وخليفة النحروبي، العقود المسماة ، مجمع الاطرش للكتاب، تونس ، ٢٠١٣ .

(٧) د. شيرزاد عزيز سليمان ، مصدر سابق ، ص ٥٨ .

(٨) يتضح لنا ان هنالك احتمالين للعلاقات العقدية التي تنشأ في الاعلانات فهي اما تكون بين المعلن واداة الاعلان أو بين المعلن ومكتب الاعلان وكما سنبين ذلك في الفصل الثاني من هذه الدراسة.

بمقتضاه ممارسة الاعلان ، وعلى الرغم من قيام أداة الاعلان بتحديد شروط مسبقة للاعلانات بحسب معايير المساحة أو الزمن وتضع اسعاراً تتناسب مع هذه المعايير كالمتر أو السنتيمتر أو الدقيقة أو المناطق، إلا أن ذلك لا ينفي التفاوض وإمكانية إبرام اتفاقات تتنافى مع المحددات المسبقة التي تضعها إدارة الاعلان، فالمشعر العراقي لم يحدد في قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان كيفية إبرام الاعلانات ولا آلية التعاقد إلا إنه بخصوص الاعلانات الحكومية فهناك مواد خاصة حددت ذلك^(١) وقد اختلفت نماذجها فالبعض اعتمد طريقة العقود^(٢) وبعضهم الآخر اعتمد الاتفاقيات الشفوية^(٣)، ويرى آخر ان الاتفاقيات الشفوية لا تنفي الصفة العقدية، لان ممارسة الاعلانات تتم بصورة رضائية يكفي فيها الايجاب والقبول^(٤) ، لذا نقترح على المشعر العراقي تنظيم آلية إبرام الممارسات أو العقود الاعلانية في قانون مكاتب الدعاية والنشر والاعلان بأن يضاف إلى المادة (١) من القانون فقرة بالرقم (٥) بعنوان الجهاز المركزي لتنظيم الاعلانات في العراق ويعرف بأنه (جهاز تابع الى وزارة الثقافة له شخصية معنوية يتولى تحديد الاسس والمعايير والقواعد والرسوم المنظمة للاعلانات وإبرامها في العراق) ، وإن تعدل المادة (٢) من القانون لتصبح يؤسس المكتب من شخص أو أكثر بإجازة من الجهاز المركزي للاعلانات ، وذلك على غرار المشعر المصري الذي نظم الية إبرام الاعلانات عن طريق الجهاز القومي لتنظيم الاعلانات^(٥)، أما في الجزائر فإن الاشهارات (الاعلانات) عموماً تصدر من جهة واحدة هي الوكالة الوطنية للنشر والاشهار^(٦) وهي التي تتولى تنظيمها .

رابعاً: من حيث جسامة الفعل المرتكب : إن المسؤول جزائياً في جرائم مخالفة ضوابط الاعلانات عادةً ما يكون شخصاً مهنيّاً متخصصاً وبالتالي فإن عليه الالتزام بالحرص واليقظة ومراقبة وفحص الاعلان والتأكد من صحة بياناته ويعد مسؤولاً اذا خالف الالتزام الملقى عليه^(٧) ، إذ إنّ عنصر الإدراك وحرية الاختيار

(١) المادة (١٢) والمادة (٣٠) من قانون بيع وإيجار اموال الدولة العراقي ، والمادة (١١) من قانون الجمعيات الفلاحية التعاونية العراقي رقم (٥٦) لسنة ٢٠٠٢ (المعدل)، والمادة (٤٥) من قانون التسجيل العقاري العراقي رقم ٤٣ لسنة ١٩٧١ (المعدل) والمادة (٨) من قانون الطرق العامة العراقي رقم (٣٥) لسنة ٢٠٠٢ وغيرها.

(٢) ابرمت مديرية بلدية الديوانية / قسم الاملاك العقدين (٨٤٧٨) في ٢٧ / ١٢ / ٢٠١٥ و ٨٧١٣ في ١٠ / ٥ / ٢٠٢١ لإيجار مساحات اعلانية لمعلن في شارع المواكب وشارع الجزائر لمدة سنة واحدة وبمبلغ ومساحة وشروط محددة في العقدين كما قامت بإيجار شارع كامل لنشر الاعلانات بموجب العقد ٦٦٥ في ٢١ / ١١ / ٢٠١٧ ل احد المعلنين في محافظة الديوانية وايضا لمدة سنة واحدة (العقود غير منشورة) .

(٣) تم اجراء زيارة ميدانية الى مكتب اعلانات الحسام في الديوانية بتاريخ ١٥ / ٧ / ٢٠٢١ وتبين ان اغلب الاعلانات وبالخصوص التجارية تتم باتفاقات شفوية بين المعلنين ومكتب الاعلان لقاء مبالغ مالية مقبوضة.

(٤) د. جعفر الفضلي ، الوجيز في العقود المدنية ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، ١٩٩٧ ، ص ٤٦٥ .

(٥) المادة (٢) من قانون تنظيم الاعلانات على الطرق العامة المصري .

(٦) المادة (١) من الامر الخاص بأثناء الوكالة الوطنية للنشر والاشهار الجزائرية .

(٧) د. احمد السعيد الزقرد ، الحماية القانونية من الخداع الاعلاني في القانون الكويتي والمقارن ، دراسة في نص المادة ٥ من المشروع بقانون المقدم الى مجلس الامة الكويتي بشأن الدعاية والترويج وفي المشروع بقانون المقدم الى مجلس الامة بشأن المنافسة غير المشروعة وفي نظام مكافحة الغش التجاري السعودي الصادر بالمرسوم الملكي رقم ١١ في ٢٩ / ٥ / ١٤٠٤ هـ ، مجلة الحقوق ، جامعة الكويت ، المجلد ١٩ ، العدد ٤ ، ١٩٩٥ ، ص ١٨٤ .

الذان يعدان أساس المسؤولية لأي شخص هما متحققان حكماً في أطراف الاعلان بسبب الشروط التي وضعتها القوانين المتضمنة بعض ضوابط الاعلانات التي تشترط في المعلن وشركات الاعلانات وأدوات الاعلان عدة شروط تكفل ذلك ، ومن ثم لا يمكن استبعاد بعض الأشخاص من نطاق المسؤولية الجزائية إلا اذا صدر الفعل من غير ادراك أو ارادة بسبب وجود عاهة عقلية كالجنون والاكراه أو بسبب انه كان في حالة سكر أو تخدير ناتجة عن مواد مسكرة أو مخدرة تم اعطاها له قسراً أو بدون علم منه بها^(١).

ألا إنه وعلى الرغم من أن الفعل يرتكب من شخص متخصص إلا أن الملاحظ ان هنالك عدم تناسب بين الفعل المرتكب والجزاء المنصوص عليه قانوناً، فعلى الرغم من أن المبادئ التي جاءت بها السياسة الجزائية حديثاً تتمثل بضرورة مراعاة التناسب بين الفعل المرتكب وما نجم عنه من إضرارٍ والأثر المترتب عليه والمتمثل بالعقاب بحيث لا تكون مبالغاً في شدتها ولا متساهلاً فيها^(٢)، مع مراعاة تدرج المسؤولية لكل فاعل يجب ان يكون حسب تدرج جسامة الفعل مع مراعاة ظروف كل جاني حيث يفترض أن يتم تطبيق نص معين عقوبته أكثر شدة أو عقوبة أخف من العقوبة المقررة للفعل نفسه إذا وقع في ظروف معينة أو من جناة محددین مثل ظروف التشديد واعدار التخفيف والاعفاء وهذا ما يسمى بالتفريد التشريعي للعقاب ، إلا أن المشرع نص على عقوبة المسؤول جزائياً عن مخالفة ضوابط الاعلانات بعقوبات يسيرة^(٣) لا تتناسب مع ما تحظى به الاعلانات من أهمية في الوقت الحاضر ومع الامكانات التي يجب أن يمتلكها بعض مرتكبي هذه المخالفات ولاسيما في الاعلانات الالكترونية ولم يحدد هذا التدرج للمسؤولين عن الجريمة رغم اختلاف صفاتهم وادوارهم في الاعلانات كما لم يراع قيمة تلك الاعلانات عند تحديد مبلغ الغرامة .

خامساً : تنوع المصالح المعتبرة في تجريم مخالفة ضوابط الاعلانات.

تتنوع المصالح المعتبرة في تجريم مخالفة ضوابط الاعلانات فهي تتعلق بحماية مصالح الحكومة اذا كانت الاعلانات حكومية كالاعلان عن مناقصة أو مزيدة أو تعيين أو غيرها، وتتمثل بحماية مصالح المستهلكين وحماية الثقة في التعامل واضفاء المشروعية على أساليب المنافسة بين المنتجين إذا كانت الاعلانات تجارية^(٤)، وبالسياسة الصحية الخاصة بالدولة اذا كانت اعلانات صحية او تتعلق بالأدوية

(١) المادة (٦٠) من قانون العقوبات العراقي ، والمادة (٦٢) من قانون العقوبات المصري ، والمواد (٤٧-٤٩) من قانون العقوبات الجزائري .

(٢) د. محمود نجيب حسني ، علم العقاب ، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٦٧، ص ٩٨.

(٣) المادة (٩٢) من قانون العقوبات العراقي ، والمادة (١٧٨) من قانون العقوبات المصري ، والمادة (١٦٨) من قانون العقوبات الجزائري .

(٤) عرفت الفقرة (خامساً) من المادة (١) من قانون حماية المستهلك العراقي رقم ١ لسنة ٢٠١٠ (المعدل) المستهلك بأنه "خامساً-الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يتزود بسلعة أو خدمة بقصد الافادة منها " اما قانون حماية المستهلك المصري =

والمستلزمات والاجهزة الطبية، و بالسياسة الاقتصادية اذا كانت الاعلانات استثمارية ، وكلما كانت المصلحة المحمية أجدر بالحماية كلما كانت العقوبة الجزائية أكثر ردياً بحق من يخالف ضوابط الاعلانات لذلك فإن الاتجاه الحديث في القانون الجنائي يذهب الى التعويل على مدى الخطورة الاجتماعية للفعل على المصلحة المعترفة في بيان عدم مشروعية الفعل وأساس تجريمه وفرض العقوبة الملائمة له^(١) .

الفرع الثاني

تميز جرائم مخالفة ضوابط الاعلانات المنشئة للمسؤولية الجزائية عما يشابهها

إن معرفة خصائص جرائم مخالفة ضوابط الاعلانات يوضّح معالم هذه الجرائم مما يسهل ايجاد أوجه الشبه وأوجه الاختلاف مع بعض الجرائم التي تتشابه معها، عليه سنتناول في هذا الفرع تمييزها عن جرائم مخالفة ضوابط الدعاية ، عن جرائم مخالفة ضوابط الاعلام و عن جرائم مخالفة ضوابط الترويج التجاري:

اولا : تمييز جرائم مخالفة ضوابط الاعلانات عن جرائم مخالفة ضوابط الدعاية

تتشترك جرائم مخالفة ضوابط الاعلانات مع جرائم مخالفة ضوابط الدعاية بالعديد من النواحي وتختلف عنها في نواحٍ أخرى سنبينها بعد تعريفنا للدعاية ، فالتشريعات محل الدراسة لم تعرفها وكذلك الأحكام القضائية، وعُرفت فقهاً بأنها (محاولة السيطرة على اتجاهات وسلوك عدد من الأفراد بشأن قضية مختلف عليها، ذلك باستخدام الكلمات أو بدائلها كالصور والألحان، وغيرها)^(٢)، وعرفت كذلك بأنها (المعلومات التي تنشرها الشركات والهيئات الرسمية وغير الرسمية بقصد كسب ثقة الجمهور وتتخذ الدعاية عادة قالباً اخبارياً أي نشر بيانات من شأنها أن تدعم مركز الداعية في نظر الجمهور)^(٣)، وعرفت أيضاً بأنها (النشاط الذي يؤدي إلى التأثير في عقيدة الجمهور سواء لجعله مؤمناً بفكر أو مبدأ أو عقيدة معينة ، أو من أجل

=فقد عرفه بأنه "كل شخص طبيعي أو اعتباري يقدم اليه احد المنتجات لإشباع حاجاته غير المهنية أو غير الحرفية أو غير التجارية أو يجري التعامل أو التعاقد معه بهذا الخصوص " في حين عرف قانون حماية المستهلك وقمع الغش الجزائري رقم ٠٣-٠٩ لسنة ٢٠٠٩ .

(١) د. محمد شلال حبيب ، الخطورة الاجرامية دراسة مقارنة ، ط١، دار الرسالة للطباعة ، بغداد ، ١٩٨٠ ، ص٢١ . وعباس ابراهيم جمعة ، الحماية الجنائية للسياسة الاقتصادية في العراق ، رسالة ماجستير ، مقدمة الى كلية القانون والسياسة، جامعة البصرة ، ٢٠١٣ ، ص ١٣١ .

(٢) إسماعيل علي سعد، الرأي العام والايولوجية ، دار المعرفة الجامعية ، القاهرة، ١٩٩١، ص١٣٥، و سوالي احمد ، مصدر سابق، ص ١٨ .

(٣) د. بشير عباس العلق و د قحطان العبدلي ، ادارة التسويق ، الناشر دار زهران ، عمان ، الاردن ، ١٩٩٩ ، ص ٢٣٧

صرفه عن فكرة أو مبدأ أو عقيدة يؤمن بها^(١)، وفيما يتعلق بمصطلح الدعاية فلم تستعمله التشريعات محل الدراسة استعمال واحد، فالمشروع العراقي استعمل الدعاية استعمالين الأول استعملها كمرادف للإعلان أي اعطاءها نفس المعنى من حيث الظاهر^(٢)، بينما استعملها استعمال آخر بمفردا أي اعطاها معنً متميزاً ومستقلاً^(٣).

أما المشروع المصري^(٤) والجزائري^(٥) فلم يستعملا مصطلح الدعاية في التشريعات المعنية بالإعلانات وبحماية المستهلك، وإن الدعاية اكتسبت على مر الزمن معاني متعددة عن طريق الاستعمال ابعدها عن معناها الحقيقي فقد طغى عليها في الوقت الحالي الطابع السياسي، فتصور الكثير ان كل دعاية لابد ان تكون سياسية وهذا خطأ حيث ان الدعاية غالباً ما تكون سياسية إلا أنها قد تكون أجتماعية أو أقتصادية أو دينية أو تجارية أيضاً الذي يهم هنا هو عدم الخلط بين الدعاية والإعلانات^(٦)، كما ان الإعلانات تكون تكاليف نشرها محددة وصريحة بينما الدعاية لا يحدد اجرها بشكل ثابت أو علني ولا يشترط ان يكون مقابلها مالي لأنها لا تهدف الى غايات اقتصادية سوى الدعايات التجارية منها التي تكون قريبة من الإعلانات فهي أقرب للإعلانات عن الدعاية على الرغم من الاختلاف بينهما في الايديولوجيات فالأصل ان الدعاية تتعلق بالمذاهب والعقائد وتكون غير مدفوعة الاجر^(٧)، وبعد أن بينا هذه المقدمة حول الدعاية نبين في ادناه أوجه الشبه والاختلاف بين جرائم مخالفة ضوابطها مع جرائم مخالفة ضوابط الإعلانات.

حيث تتشابه جرائم مخالفة ضوابط الإعلانات مع جرائم مخالفة ضوابط الدعاية من حيث النشاط فالسلوك الجرمي في جرائم مخالفة ضوابط الإعلانات و جرائم مخالفة ضوابط الدعاية يكون من خلال ذات الوسائل المتمثلة بالإعلام المرئي أو المسموع أو المكتوب كالإذاعة والتلفاز والصحف والانترنت والمجلات

(١) د. احمد ابراهيم عطية، النظام القانوني للإعلانات في القانون المدني، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٦، ص ١٨.

(٢) الفقرة (٣) من المادة (١) من قانون مكتب الدعاية والنشر والإعلان العراقي والمادة (٨) من قانون الطرق العامة العراقي.

(٣) المادة (٩) من قانون حماية المستهلك العراقي والمادة (١٠) من قانون علامة الجودة العراقية رقم ٢ لسنة ٢٠١١ والمادة (٥٨) من قانون البنك المركزي العراقي رقم ٥٦ لسنة ٢٠٠٤ (المعدل).

(٤) المادة (٩) من قانون تنظيم الإعلانات على الطرق العامة المصري. والمادة (٦٤) من قانون حماية المستهلك المصري. والفقرة (٢) من المادة (١٣) من قانون الطرق العامة المصري.

(٥) المادة (٦٩) من قانون حماية المستهلك وقمع الغش الجزائري. والمادة (٤٧) من قانون القواعد المطبقة على الممارسات التجارية الجزائرية.

(٦) هالة مقداد احمد الجليلي، مصدر سابق، ص ٣٢.

(٧) د. محمد السيد عمران، حماية المستهلك اثناء تكوين العقد دراسة مقارنة، منشأة المعارف، الاسكندرية، ١٩٨٦، ص ٨٤، ود. احمد السعيد الزقرد، الحماية القانونية من الخداع الاعلاني في القانون الكويتي والمقارن، مصدر سابق، ص ٢٠.

والمصقات والكترونية وغيرها^(١) كما أن السلوك الجرمي فيها يوجه لذات الوسائل القادرة على استهواء المستهلك وميله الى اشباع غرائزه في الحصول على السلع والخدمات^(٢).

كما أن مخالفة أماكن وضع الاعلانات والدعاية يشكل جريمة وأن الركن المادي في النوعين لا يستلزم تحقق النتيجة الجرمية لأن هذه الجرائم تعد من الجرائم الشكلية التي تتم بارتكاب الأفعال المكونة لها دون الاعتداد بتحقق النتيجة الضارة^(٣)، وتتشابه ايضاً من حيث طبيعة الجريمة فالجرائم عموماً تقسم من حيث موضوعها أو طبيعة الحق المعتدى عليه إلى عدة تقسيمات أهمها تقسيمها الى جرائم عادية وجرائم سياسية وقد ميز المشرع العراقي بين الجرائم العادية والجرائم السياسية في المادة (٢١) من قانون العقوبات الذي عرف الجريمة السياسية بأنها: "الجريمة التي ترتكب بباعث سياسي أو تقع على الحقوق السياسية العامة أو الفردية..." ، بينما لم يعرف المشرع المصري والجزائري في قانون العقوبات الجريمة السياسية لتمييزها عن الجرائم العادية تاركين أمر تنظيمها إلى القواعد العامة.

و بذلك فإن جرائم مخالفة ضوابط الاعلانات ومخالفة ضوابط الدعاية الاصل فيها ان تكون جرائم عادية^(٤) إلا أن ذلك لا يمنع ان تكون سياسية اذا ارتكبت بباعث سياسي أو وقعت على الحقوق السياسية^(٥)، مع الاشارة الى ان الشائع استخدام جرائم مخالفة ضوابط الدعاية كدلالة سياسية فقط وإذ إن ظهور مصطلح الدعاية ارتبط بظهور الجمعيات السياسية التي كانت تعمل بسرية التي ظهرت في القرن (١٧) في روما من أجل نشر الكاثوليكية وسط الوثنيين لذلك فالدعاية تركز جهودها لنشر أيولوجية معينة وهذا المعنى للدعاية امتد في المدارس الفكرية على مدى القرن العشرين^(٦).

(١) د. داود الباز، حق المشاركة في الحياة السياسية، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٢، ص٥٦٦. و د. فيصل محمد ابو ريشة، الدعاية والاعلام، ط١، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١١، ص١٧١.
(٢) ليث عزيز ضباب ، الحماية المدنية للمستهلك من الاعلان التجاري الالكتروني المضلل ، ط١، مكتبة القانون المقارن ، بغداد، ٢٠٢٠ ، ص٤٥.
(٣) د. مصطفى العوجي ، القانون الجنائي العام - المسؤولية الجنائية، مصدر سابق ، ص٤٤١.

(٤) يرى احد الفقه ان الجرائم السياسية لا تختلف في شيء عن الجرائم العادية فطبيعتها واحدة من حيث الجوهر، ولا يميز كل منهما عن الآخر عدا الظروف الخارجية، فالجريمة السياسية بالمعنى الصحيح هي جريمة عادية يرتكبها المجرم مصحوبة بنزعة الإيثار والتفاني في حب الوطن لا نزعة الأنانية وحب الذات، فهي جريمة ترتكب عرضاً والعامل المساعد لها مصوغاً بصفة سياسية للمزيد ينظر رمسيس بهنام، الجريمة والمجرم في الواقع الكوني، منشأة المعارف، الإسكندرية، ١٩٩٥، ص١٦٩٥.

(٥) د. داود ألباز، مصدر سابق، ص٧٣، و د. عمر فخري عبد الرزاق ألدبي، الوقاية من الجرائم الانتخابية، مجلة الأنبار للعلوم القانونية والسياسية، جامعة الأنبار، العدد٣، لسنة ٢٠١١، ص١١١، ود. عبد الحميد الشواربي، الجرائم السياسية وأوامر الاعتقال وقانون الطوارئ، منشأة المعارف، الإسكندرية، ١٩٩٩، ص٥٨.
(٦) د. فريد حاتم الشحف ، الدعاية والتضليل الاعلامي ، ط١ ، منشورات دار علاء الدين ، دمشق ، ٢٠١٥ ، ص٨.

وتختلف جرائم مخالفة ضوابط الاعلانات مع جرائم مخالفة ضوابط الدعاية من حيث المصلحة المحمية فالمصلحة المحمية في جرائم مخالفة ضوابط الاعلانات تتمثل عادة بتجريم الاساليب والوسائل الاعلانية المخالفة للضوابط التي يلجأ اليها المعلنون أو مكاتب الاعلانات أو أدوات الاعلانات التي تؤدي تكوين العقيدة المخالفة للحقيقة لدى الجمهور^(١). فضلاً عن حماية الافراد في الحصول على المعلومة الكاملة عن المواصفات والخصائص بالبيانات والمعلومات الجوهرية والأساسية وبالطرق السليمة أو تلقي اي خدمة ما من خلالها بينما المصلحة المحمية في جرائم مخالفة ضوابط الدعاية تتعلق بالسياسة الاقتصادية الخاصة بالدولة أو من أجل حماية مصالح المستهلك وكذلك رغبة المشرع في أن يحمي الثقة في التعامل واضفاء المشروعية على اساليب المنافسة من اجل تحقيق ايدولوجية اجتماعية أو سياسية أو دينية غالباً ما تكون مجانية ولا تستهدف كسباً مادياً^(٢).

كما تختلف من حيث صفة الفاعل ففي جرائم مخالفة ضوابط الاعلانات الفاعل يكون موظف أو مكلف بخدمة عامة إذا كانت الاعلانات حكومية ويكون رئيس تحرير جريدة أو محرراً أو كاتباً أو صاحب قناة تلفزيونية أو مكاتب متخصصة أو شركات ، بينما جرائم مخالفة ضوابط الدعاية لا تتطلب صفة معينة في الفاعل فالمهم ان يكون يمتلك الوسائل الفنية التي تستعمل للتأثير النفسي والذهني على المستهلك بقصد تحفيزه على شراء المنتج فيؤدي الى الاقبال على هذا المنتج أو الخدمة^(٣).

كما تختلف من حيث النشاط حيث ان صور النشاط في جرائم مخالفة ضوابط الاعلانات تكون أقل منها في جرائم مخالفة ضوابط الدعاية، لأن الاخيرة تشمل كل ما يخل بضوابط الدعاية من تأثير في معتقدات الناس واتجاهاتهم وتوجيه سلوكهم^(٤).

بينما لا تتعلق جرائم مخالفة ضوابط الاعلانات بالمعتقدات والعقائد، فالاعلانات يستخدم فيها المعلن اسلوب الحث المباشر والدعوة الواضحة والصريحة ليرتك بذلك انطباع لدى المستهلك للإقدام على الشراء بعكس الدعاية التي يستخدم فيها المعلن أو المجهز أسلوب الإيحاء الضمني والترغيب المستتر مثلاً يقوم بالاعلان عن منتج معين ذات مواصفات بدرجة عالية دون الدخول بالتفاصيل الدقيقة^(٥) فيما تكون الدعاية تجارية هو

(١) د. فخري الحديثي ود. خالد حميدي ، الموسوعة الجنائية شرح قانون العقوبات القسم الخاص ، ج٣ ، ط١ ، دار الثقافة ، عمان ، ٢٠٠٩ ، ص١١٩ .

(٢) د. هدى حامد قشقوش ، الاعلانات غير المشروعة في نطاق القانون الجنائي ، مجلة العلوم القانونية والاقتصادية ، جامعة عين شمس ، كلية الحقوق ، مصر ، المجلد ٥ ، العدد ٢ ، ٢٠٠٩ ، ص ٦ .

(٣) د. بتول صراوة عبادي ، مصدر سابق ، ص ٢٠١ و سوالمي احمد ، مصدر سابق ، ص ١٢ .

(٤) د. سعيد بن مرعي بن محمد السرحاني ، مصدر سابق ، ص ٦٩٨ .

(٥) د. علي عبد العالي الاسدي ، النظام القانوني للرسالة الاعلانية التجارية، مجلة القانون للدراسات والبحوث القانونية ، جامعة ذي قار ، العدد ٥ ، ٢٠١٢ ، ص ٢٢٥ .

أنها توجه الى المستهلك النهائي فقط في حين يوجه الاعلانات الى المستهلك النهائي فضلا عن المستهلكين المحترفين^(١) كما أن الدعاية لا يشترط ان تمارس من اشخاص متخصصين أو معلنين بينما جرائم مخالفة ضوابط الاعلانات تشترط ذلك.

ثانيا: تمييز جرائم مخالفة ضوابط الاعلانات عن جرائم مخالفة ضوابط الاعلام .

هنالك عدد من أوجه الشبه بين جرائم مخالفة ضوابط الاعلانات مع جرائم مخالفة ضوابط الاعلام^(٢) كما تختلف عنها في نواحٍ اخرى سنبينها بعد تعريفنا للاعلام فمن التعاريف التشريعية ما جاء بقانون الهيئة العراقية للاتصالات والاعلام العراقي رقم ٦٥ لسنة ٢٠٠٤ من تعريف للاعلام بأنه " الكيانات التي توفرها للجمهور العام أو للمشاركين الأخبار أو المعلومات أو البرامج الترفيهية وذلك باستخدام الوسائل المطبوعة أو الافلام أو شرائط الفيديو أو التسجيلات الصوتية أو خدمة الاتصال"^(٣).

أما قانون تنظيم الصحافة والاعلام والمجلس الاعلى لتنظيم الاعلام المصري المرقم ١٨٠ لسنة ٢٠١٨ فقد عرفه في المادة (١) إذ نصت على ان " الإعلام المسموع أو المرئي أو الإلكتروني : كل بث إذاعي وتلفزيوني أو إلكتروني يصل إلى الجمهور أو فئات معينة منه، بإشارات أو صور أو أصوات أو رسومات أو كتابات، لا تتسم بطابع المراسلات الخاصة، بواسطة أي وسيلة من الوسائل السلوكية أو الوسائل اللاسلكية وغيرها من التقنيات الحديثة، أو أي وسيلة من وسائل البث والنقل الإذاعية والتلفزيونية والإلكترونية وغيرها، ويصدر عن أشخاص طبيعية أو اعتبارية عامة أو خاصة، ووفقا للقواعد والإجراءات المنظمة للاتحة التنفيذية لهذا القانون"، في حين عرف القانون العضوي الجزائري المتعلق بالاعلام رقم ١٢-٠٥ لسنة ٢٠١٢ الاعلام بأنه " كل نشر أو بث لوقائع أو احداث أو رسائل أو اراء أو أفكار أو معارف عبر اية وسيلة مكتوبة أو مسموعة أو متلفزة أو الكترونية وتكون موجهة للجمهور أو لفئة منه"^(٤) .

(١) د. موفق حماد عبد : الحماية المدنية للمستهلك في التجارة الالكترونية، ط١، منشورات زين الحقوقية ، بيروت، ٢٠١١، ص٤٣.

(٢) هنالك العديد من التسميات لهذه الجرائم منها الجرائم الاعلامية والجرائم التعبيرية والجرائم الصحفية وجرائم مخالفة ضوابط الاعلام وجرائم النشر ولكل تسمية مبرراتها للمزيد ينظر: عبد الحميد المنشاوي ، الجرائم التعبيرية -جرائم الصحافة والنشر - وجرائم القذف والسب والبلاغ الكاذب - افشاء الاسرار - شهادة الزور - قانون حماية المؤلف - الرقابة على المصنفات الفنية في ضوء القضاء والفقه ، منشأة المعارف ، الاسكندرية ، مصر ، ٢٠٠٤، ص ٧.

(٣) الفقرة (٦) من القسم الثاني من الامر الخاص بالهيئة العراقية للاتصالات والاعلام ٦٥ لسنة ٢٠٠٤.

(٤) المادة (٣) من القانون العضوي المتعلق بالاعلام الجزائري .

كما عرف الفقه الاعلام عدة تعاريف لا تختلف في مضمونها عن التعاريف التشريعية^(١)، وذهب أحد الفقه الى المساواة بين الاعلام والاعلان غير الحكومي اذا لم يتضمن الاخير أي حث على الاقبال على منتج أو خدمة معينة واقتصر على مادة اخبارية أو تعريفية بأمر ما^(٢)، و يعتمد الاعلام على الاعلانات كأهم مصادر تمويله لان الاعلانات تكون لقاء مبالغ من المال تستخدم لتمويل الاعلانات^(٣).

وتتشابه جرائم مخالفة ضوابط الاعلانات مع جرائم مخالفة ضوابط الاعلام من حيث الركن المادي إذ تعد كافة الجرائم محل التمييز من جرائم الخطر التي لا يشترط فيها نتيجة جرمية معينة، فالاعتداد يكون بالتجريم الوقائي^(٤) اي بمجرد وقوع الفعل المجرم يشكل اعتداء على أحد الحقوق أو مصلحة جديرة بالحماية، كذلك تتشابه من حيث الخروج عن القواعد العامة وعدم الاقتصار على مسؤولية الشخص الطبيعي، والأخذ بمسؤولية الغير ومسؤولية الاشخاص المعنوية والخضوع لقواعد اجرائية خاصة أي الأخذ بالمسؤولية المباشرة وغير المباشرة^(٥)، كما يتشابهان من كونهما يمسان وسيلة اتصال معينة بنشر الحقائق والمعلومات على الجمهور^(٦) وهما يمارسان من اشخاص متخصصين ومجازين لممارسة النشاط.

وتختلف جرائم مخالفة ضوابط الاعلانات عن جرائم مخالفة ضوابط الاعلام من عدة أوجه منها المصلحة المحمية في جرائم مخالفة ضوابط الاعلانات المتمثلة بتجريم الاساليب والوسائل الاعلانية المخالفة للضوابط التي يلجأ اليها المعلن أو مكتب الاعلانات أو أدوات الاعلانات حماية للجمهور.

بينما يذهب أغلب الفقه الى ان المصلحة المحمية في جرائم مخالفة ضوابط الاعلام هي مصلحة مزدوجة تتمثل بحماية حرية الصحافة والحرية بالتعبير عن الرأي من جانب وحماية الافراد والاشخاص في منع الاعتداء عليهم من جانب اخر^(٧) ومن صور تلك الحماية هي تخصيص محكمة لقضايا النشر و

(١) للمزيد راجع التعاريف الفقهية للاعلام د. علي جريشة، نحو اعلام اسلامي، مكتبة وهبة، ط١، القاهرة، ١٩٨٩، ص ٢٣ و محمد كمال القاضي، الاعلان والاعلام دراسة بينية، بدون مطبعة، القاهرة، ٢٠٠٢، ص ٢٩، و د. حسين شفيق، الاعلام الجديد والجرائم الالكترونية، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، ٢٠١٥، ص ٢٧.

(٢) حمد بن عبد الله حسن محمد، تنظيم ومراقبة وضع الاعلانات في القانون القطري، المجلة القانونية والقضائية، وزارة العدل، دولة قطر، العدد ٢، السنة ٩، ٢٠١٥، ص ٣١٩.

(٣) د. حسين عبد الله ابو ركية، الاعلان، دار الشروق، جدة، ١٩٧٨، ص ٣٥.

(٤) د. فاطمة الزهرة قدر اوي، المسؤولية الجزائية كآلية ردعية للمتدخل الاقتصادي عند المساس بحق المستهلك في الاعلام، مجلة العلوم القانونية والسياسية، جامعة الوادي، الجزائر، المجلد ١١، العدد ٢، ٢٠٢٠، ص ٧٦١.

(٥) محمود نجيب حسني، شرح قانون العقوبات القسم العام، مصدر سابق، ص ٢٧٨.

(٦) د. هدى حامد قشقوش، مصدر سابق، ص ٦.

(٧) عمر سالم، نحو قانون جنائي للصحافة، ط١، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، ١٩٩٥، ص ١٦، و شريف سيد كامل، مصدر سابق، ص ١٧، و خالد رمضان عبد العال سلطان، المسؤولية الجنائية عن جرائم الصحافة دراسة مقارنة، اطروحة دكتوراه مقدمة الى كلية الحقوق، جامعة حلوان، مصر، ٢٠٠٢، ص ٢٧٢.

الاعلام^(١) للتحقيق ومحاكمة أعضاء السلطة الرابعة من اعلاميين وصحفيين وفي العراق أصدر مجلس القضاء الأعلى بياناً خاصاً بتشكيل هذه المحكمة وقد جاء فيه " تقريراً لكافة أعضاء السلطة الرابعة من اعلاميين وصحفيين قرر مجلس القضاء الأعلى تخصيص محكمة في رئاسة استئناف الرصافة تتولى النظر في الشكاوى والدعاوى المتعلقة بالاعلام والنشر..."^(٢) وكان الهدف منها هو التخفيف من كاهل الاعلاميين والصحفيين ونظر قضاياهم من مرحلة التحقيق إلى المحاكمة من قبل محكمة متخصصة^(٣)، ولا يمكن للمحاكم العادية نظر تلك الدعاوى لكونها غير مختصة^(٤).

وتختلف كذلك من حيث الركن الخاص في الجريمة ففي أغلب جرائم مخالفة ضوابط الاعلانات يجب ان يكون هنالك ركن خاص يتمثل بالاعلان اي كان نوعه وان الجريمة تدور حول اليات اصدار ذلك الاعلان او وسائله او محتوياته ، ألا إنه يوجد بعض جرائم مخالفة ضوابط الاعلانات لا تحتوي سوى على الركنين العامين واعني الركن المادي والمعنوي كجريمة تأسيس مكتب اعلانات بدون ترخيص، أما مفترضات جرائم مخالفة ضوابط الاعلام فيتمثل الركن الخاص بالعلانية وهذا الركن يرتبط بهذا النوع من الجرائم وجوداً وعدم^(٥)، والعلانية هي اتصال علم الناس بقول أو فعل أو كتابة بحيث يمكن للجمهور الاطلاع عليها بدون عائق^(٦) وقد حددت قوانين العقوبات للدول محل المقارنة عدد من وسائل العلانية على سبيل التعداد والمثال

(١) يرى احد الفقه ان تشكيل هذه المحكمة يعد خطوة جديدة ومهمة يخطوها مجلس القضاء الاعلى لأنه جاء متناسباً مع التطور الكبير الذي شهده الاعلام خاصة بعد عام ٢٠٠٣ للمزيد ينظر د. شكرية كوكز خضر السراج وبيداء سعدون مشكل الربيعي ، قضايا المحاكمات الاعلامية في العراق بعد ٢٠٠٣، مجلة الباحث الاعلامي ، كلية الاعلام ، جامعة بغداد ، العدد ٣٨ ، المجلد ٩ ، ٢٠١٧ ، ص ١٥٥ .

(٢) البيان الصادر من مجلس القضاء الاعلى ، دائرة شؤون القضاة والادعاء العام بالعدد ٨١/ق/أ. في ٢٠١٠/٧/١١ الذي تشكلت بموجبه محكمة قضايا النشر والاعلام العراقي المنشور في الوقائع العراقية بالعدد ٤١٦٠ في ٢٠١٠/٨/٢ . اما قانون العقوبات المصري والجزائري فلم يحدد محكمة مختصة بجرائم مخالفة ضوابط الاعلام .

(٣) كاظم عبد جاسم الزبيدي ، المسؤولية الجزائية عن جرائم النشر والاعلام في القانون العراقي ، ط١ ، مكتبة صباح ، بغداد ، ٢٠١٦ ، ص ١٤٥ .

(٤) جاء في قرار لمحكمة استئناف القادسية بصفتها التمييزية بالعدد ١ / ت / ج / ٢٠١٢ في ٢٠١٢/١/١٥ ".... ولدى عطف النظر على القرارات المميزة وجدت انها غير صحيحة ومخالف للقانون ذلك ان الادلة التي اظهرتها وقائع القضية تحقياً ومحاكمة تتعلق بقضايا النشر والاعلام وحيث ان الفصل في هذه القضايا هو من اختصاص محكمة قضايا النشر والاعلام التي تشكلت بموجب البيان الصادر من مجلس القضاء الاعلى / شؤون القضاة والادعاء العام بالعدد ٨١/ق/أ. في ٢٠١٠/٧/١١ لذا فإن محكمة الجناح في الديوانية غير مختصة بالفصل في موضوع الاضبارة لذا قرر نقض كافة القرارات الصادرة في الدعوى والتدخل تمييزاً بقرار الاحالة المرقم ١٣١٣ / احالة / ٢٠١١ في ٢٠١١/٧/٢٧ ونقضه واعادة الاضبارة الى قاضي التحقيق في الديوانية لغرض احوالها الى المحكمة المختصة " (القرار غير منشور) وبنفس المضمون قرار محكمة التمييز الاتحادية العراقية بالعدد ١٤٤٧/اختصاص / ٢٠١٠ في ٢٠١٠/١٢/٢١ (القرار غير منشور) .

(٥) عبد الرحيم صدقي ، جرائم الرأي والاعلام في التشريعات الاعلامية وقانوني العقوبات والاجراءات الجزائية دراسة تحليلية ، مطبعة جامعة القاهرة والكتاب الجامعي ، القاهرة ، ١٩٨٨ ، ص ٣١ ، و زهرة مراد ، صفة الفاعل في جريمة اختلاس المال العام بين الشروط المفترضة لها واركائها ، مجلة العلوم الانسانية ، كلية الحقوق ، جامعة قسنطينة ، الجزائر ، العدد ٣٩ ، ٢٠١٣ ، ص ٢٤٥ .

(٦) شريف سيد كامل ، مصدر سابق ، ص ١٦ .

وليس على سبيل الحصر^(١) ، وكذلك تختلف من حيث الإفصاح عن اسم الفاعل ففي جرائم مخالفة ضوابط الاعلانات فإن معلومات وبيانات الفاعل تكون معلومة ومسجلة في مكاتب الاعلانات وفي وزارة الثقافة أو مذكورة في الاعلان إذا كان الاعلان حكومي بينما جرائم مخالفة ضوابط الاعلام فالفاعل يلجأ الى عدم ذكر اسمه أو مصادر معلوماته التي اعتمد عليها مستنداً الى مبدأ اللاسمية والسرية الصحفية الذي يعد من ضمانات المعلن^(٢) مما يؤدي الى صعوبة تحديد الاشخاص المسؤولين جنائياً، والاختلاف بينهما أيضاً من حيث المقابل فلا يشترط في ممارسة العمل الاعلامي ان يكون مقابل أجر على عكس العمل الاعلاني

ثالثاً: تمييز جرائم مخالفة ضوابط الاعلانات عن جرائم مخالفة ضوابط الترويج التجاري

تشترك جرائم مخالفة ضوابط الاعلانات مع جرائم مخالفة ضوابط الترويج التجاري^(٣) ببعض الجوانب وتختلف عنها بجوانب اخرى سنوضحها بعد تعريفنا للترويج فقد عرّف بأنه(عنصر من عناصر المزيج التسويقي يستخدم للتأثير على الأفراد واستمالة سلوكهم إزاء ما يروج له دون الخروج عن الاستراتيجية التسويقية للمؤسسة)^(٤)، وعرف أيضاً بأنه (الاستخدام المتداخل لجميع تقنيات الاتصال والاقناع بهدف استمالة المستهلكين والحصول على ولائهم وتعاطفهم مع المنتج وخلق نية حسنة لديهم تجاه المنتج والمنظمة التي تسوقه)^(٥).

ويعمل الترويج على تغيير الاتجاهات والآراء والانماط السلوكية للزبائن إلى آراء وسلوكيات ايجابية كما له دور كبير في تسويق المنتجات بما يحمله من أدوات تساعد على التأثير^(٦)، ولا يمكن حصر أنواع وسائل الترويج لتعددتها وتطورها ومنها العينات التي توزع على العملاء بالمعارض والأسواق والنشرات التوضيحية واجتماع مدير التسويق مع الوكلاء والموزعين لتنمية المبيعات وتخفيض الاسعار وإجراء

(١) الفقرة (٣) من المادة (١٩) من قانون العقوبات العراقي و المادة (١٧١) من قانون العقوبات المصري و المادة (٥٤) من قانون العقوبات الجزائري .

(٢) د. جمال الدين العطيفي ، حرية الصحافة وفق تشريعات جمهورية مصر العربية ، ط٢ ، مطبعة الاهرام التجارية ، ١٩٧٤ ، ص ٢٩٩ .

(٣) لقد تضمنت قوانين العقوبات المقارنة تجريم الترويج الخاص بحماية الامن الداخلي للدولة في الفقرة (٢) من المادة (٢٠٠) من قانون العقوبات العراقي وتقابلها المادة (٩٨/مكرر) من قانون العقوبات المصري كما جرم قانون العقوبات العراقي ترويج مبادئ الصهيونية والماسونية في المادة (٢٠١) منه ولا يوجد ما يقابل هذه المادة في قانون العقوبات المصري والجزائري ، كما جرم قانون العقوبات العراقي الترويج للعملة المقلدة والمزيفة أو حيازتها بقصد الترويج وذلك لحماية الثقة العامة وحماية العملة واوراق النقد في المادة (٢٨٠) منه وتقابلها المادة (٢٠٣) من قانون العقوبات المصري ولا يوجد ما يقابلها في قانون العقوبات الجزائري.

(٤) محمد بن علي احمد كامل الاعلان التجاري والترويجي والسلعي في الفقه والنظام ، بحث مقدم الى المعهد العالي للقضاء ، السعودية ، ١٩٩٩ ، ص ١١ ، وكوسة ليلي ، واقع واهمية الاعلان في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية ، رسالة ماجستير ، كلية العلوم الاقتصادية ، جامعة منتسوري قسنطينة ، الجزائر ، ٢٠٠٨ ، ص ٤٢ .

(٥) عبد الرحمن ابو رباح ، الترويج السياحي ، مجلة السياحة العربية ، مصر ، العدد ٤٥ ، ١٩٧٦ ، ص ٧

(٦) اشراق محسن الجعفري ، تأثير ترويج الخدمة في تحقيق الزيادة لمنظمات الاعمال ، مجلة العلوم الاقتصادية والادارية، المجلد ٢٦ ، العدد ١٢١ ، كلية الادارة والاقتصاد ، جامعة بغداد ، ٢٠٢٠ ، ص ٢٤٨ .

المسابقات وتقديم الهدايا وتنظيم دورات للتدريب على استخدام السلع واقامة المعارض وغيرها من النشاطات^(١)، ويتفق الترويج مع الاعلانات التجارية بأنهما يهدفان لزيادة فاعلية تنشيط المبيعات^(٢)، ويختلف عن الاعلانات من حيث أن الترويج يمنح شيئاً ملموس مثل تخفيض الأسعار بينما الاعلانات لا تمنح شيئاً، كما ان الترويج يتوجه الى عدد محدود من المستهلكين بخلاف الاعلانات التي تتوجه الى عدد غير محدود من الجمهور ويهدف للوصول إلى اهداف سلوكية تسعى لكسب مستهلكين جدد أو رفع قدرة المستهلكين الحاليين. وأوجه الشبه بين جرائم مخالفة ضوابط الاعلانات مع جرائم مخالفة ضوابط الترويج تتمثل بمظهر السلوك الجرمي فكلاهما يظهران بمظهر الجرائم السلبية أو الايجابية فتكون الجريمة ايجابية اذا قام الجاني بإتيان فعل نهى عنه القانون بنص صريح وتعد الجريمة سلبية اذا كان النشاط متمثلاً بالامتناع عن العمل لمطلوب منه القيام به^(٣) كما ان كلاهما قد يكون السلوك الجرمي لهما مؤقتاً ينتهي بمجرد ارتكابه أو مستمراً^(٤) كما ان كلاهما يقع على ذات الوسائل المستخدمة في الاعلانات أو الترويج من وسائل مقروءة أو مكتوبة أو مسموعة أو وسائل الانترنت أو التكنولوجيا والاتصالات^(٥)، ويتشابهان ايضاً من كونهما من جرائم السلوك المجرد التي تعد تامة بصرف النظر عن تحقق النتيجة الجرمية^(٦)، أما أوجه الاختلاف، فتتمثل بصفة مرتكب الجريمة ففي جريمة مخالفة ضوابط الاعلانات فإن مرتكب الجريمة يحمل صفة خاصة فهو إما يكون المعلن أو صاحب مكتب الاعلان أو أدوات الاعلان بينما في جرائم مخالفة ضوابط الترويج ممكن ان ترتكب الجريمة من اي شخص يتولى عملية الترويج حيث ان الترويج لا يحتاج الى عملية ترخيص قبل ممارسة النشاط كما هو الأمر في الاعلانات^(٧)، وتختلف كذلك من حيث أن أغلب جرائم الاعلانات فيها ركن مفترض يتمثل بالاعلان في حين لا تحتوي جرائم مخالفة ضوابط الترويج على ركن مفترض^(٨).

(١) د. محمود عساف، اصول التسويق، مطابع الهيئة المصرية للكتاب، مصر، ١٩٧٧، ص ٢٩٦.

(٢) حمد بن عبد الله حسن محمد، مصدر سابق، ص ٣٢٠.

(٣) د. محمود نجيب حسني، شرح قانون العقوبات القسم العام، مصدر سابق، ص ٢٩٩.

(٤) علي احمد خضر المعماري، دراسات في علم الاجرام، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٢، ص ٣٧.

(٥) د. بختي ابراهيم وقعيد ابراهيم، دور المزيج الترويجي الالكتروني في التأثير على سلوك المستهلك الجزائري، مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، الجزائر، العدد ١٠، ج ١، ٢٠١٧، ص ٤٧.

(٦) د. رمسيس بهنام، النظرية العامة للقانون الجنائي، ط ٣، منشأة المعارف، الاسكندرية، ١٩٩٧، ص ٤٨٥.

(٧) د. ماجد راغب الحلو، حرية الاعلام والقانون، منشأة المعارف، الاسكندرية، ٢٠٠٦، ص ١٩٣.

(٨) د. عبد العظيم مرسي وزير، الشروط المفترضة في الجريمة، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٨٣، ص ٢٢٢.

المبحث الثاني

الاعلانات بوصفها محلاً لتجريم مخالفة ضوابطها

بعد ان تعددت أنواع الاعلانات ووسائلها ولم تعد الصحافة والوسائل البدائية الأخرى كالمنشورات والملصقات والراديو هي الوسائل الوحيدة للاعلانات، بل امتدت للاعلانات التلفزيونية وشاشات العرض العملاقة والرسائل الالكترونية وشبكة الانترنت وعلى مواقع التواصل الاجتماعي وغيرها من الوسائل الحديثة التي رافقت التطور الحاصل، وأصبحت ليست وسائل اتصال فحسب بل أصبحت مهنة تمارسها شركات كبيرة واعداد من المتخصصين في هذا المجال ، لذا كان لابد من التعريف بها وبيان أنواعها وبيان ضوابطها المنشئة للمسؤولية في حال مخالفتها.

ونظراً للدور الكبير للاعلانات في التأثير في سلوك وتصرفات الأفراد فلا بد من ضوابط وشروط يجب الالتزام بها لإسباغ المشروعية وضمان عدم مخالفتها، وبخلاف ذلك تتحقق المسؤولية الجزائية لمرتكبها وتأسيساً على ما تقدم سنقسم هذا المبحث على مطلبين الأول نتناول في الفرع الأول التعريف بالاعلانات بوصفها محلاً لتجريم مخالفة ضوابطها ونبين في المطلب الثاني ضوابط الاعلانات المنشئة للمسؤولية الجزائية في حالة مخالفتها.

المطلب الأول

التعريف بالاعلانات بوصفها محلاً لتجريم مخالفة ضوابطها

تعد الاعلانات نشاطاً اتصالياً يكاد لا يخلو منه بث اذاعي أو تلفزيوني أو طريق عام ولا حتى الملاعب والمطارات فالمعلنون يحاولون الوصول بإعلاناتهم الى الأماكن كافة التي يتواجد فيها الانسان ويحرصون على إيصالها إليه ، وإن معرفة المعنى الدقيق للاعلانات يتطلب تعريف الاعلانات وبيان أنواعها عليه سنقسم هذا المطلب على فرعين نوضح في الفرع الأول تعريف الاعلانات ونستعرض في الفرع الثاني أنواع الاعلانات .

الفرع الأول

تعريف الاعلانات

عَرَفَ المشرع العراقي الاعلان في قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان^(١)، في حين عرف قانون حماية المستهلك العراقي المعلن بأنه " كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بالاعلان عن سلعة أو خدمة أو الترويج لها بذاته أو بواسطة غيره باستخدام أي وسيلة من وسائل الاعلان "^(٢).

أما المشرع المصري فقد عرف الاعلانات في قانون تنظيم الاعلانات المرقم ٦٦ لسنة ١٩٥٦^(٣)، في حين عرف قانون حماية المستهلك رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨ المعلن بأنه " كل شخص يقوم بالاعلان عن سلعة أو خدمة أو الترويج لها بذاته أو بواسطة غيره باستخدام أي وسيلة من الوسائل الاعلامية أو الاعلانية بما في ذلك الوسائل الرقمية "^(٤) ، كما عرفت اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك رقم ٨٢٢ لسنة ٢٠١٩ المعلن بأنه "كل شخص يقوم بالإعلان عن سلعة أو خدمة أو الترويج لها بذاته أو بواسطة غيره باستخدام أي وسيلة من الوسائل الإعلامية أو الإعلانية، بما في ذلك الوسائل الرقمية ويعد معلنًا، طالب الإعلان والوسيط الإعلاني والوكالة الإعلانية ووسيلة الإعلان، وذلك كله على وفق المواصفات القياسية المصرية الخاصة باشتراطات الإعلان عن السلع والخدمات "^(٥) ، ومن الجدير بالذكر أن قانون تنظيم الاعلان عن المنتجات والخدمات الصحية المصري رقم ٢٠٦ لسنة ٢٠١٧ عرفت في المادة (١) منه الاعلان الصحي بأنه "نشر اية معلومات أو بيانات عن منتج صحي أو خدمة صحية أو بثها عبر أي وسيلة مقروءة أو مسموعة أو مرئية أو الكترونية وسواء كان النشر ايجابياً أو سلبياً للترويج أو الدعاية للمنتج أو الخدمة الصحية سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة ".

وبالنسبة للمشرع الجزائري فقد عرف الاشهارات (الاعلانات) في الفقرة الثالثة من المادة (٣) من قانون القواعد المطبقة على الممارسات التجارية^(٦)، وعرف قانون التجارة الالكترونية في الجزائر ١٨-٠٥ لسنة ٢٠١٨ الاشهار الالكتروني (الاعلان الالكتروني) بأنه "كل اعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة الى ترويج بيع سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الالكترونية"^(٧) ، في حين عرف المرسوم التنفيذي المتعلق

(١) تنظر صفحة (٩) من الاطروحة .

(٢) الفقرة (سابعاً) من المادة (١) من قانون حماية المستهلك العراقي.

(٣) تنظر الصفحة (١٠) من الاطروحة .

(٤) الفقرة (٦) من المادة (١) من قانون حماية المستهلك المصري .

(٥) الفقرة (٩) من المادة (١) من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك المصري الصادرة بالقرار ٨٢٢ لسنة ٢٠١٩ .

(٦) تنظر صفحة (١٠) من الاطروحة .

(٧) المادة (٦) من قانون التجارة الالكترونية في الجزائر رقم ١٨-٠٥ لسنة ٢٠١٨ .

برقابة الجودة وقمع الغش الجزائري (٩٠-٣٩) لسنة ١٩٩٠ الإشهار التجاري (الاعلان التجاري) في المادة (٢) منه بأنه " جميع الاقتراحات أو الدعايات أو العروض أو خدمة بواسطة أسانيد بصرية أو سمعية بصرية"، أما قانون حماية المستهلك وقمع الغش الجزائري رقم ٠٩-٠٣ فإنه لم يعرف الاشهارات (الاعلانات) كما فعل المشرع العراقي والمصري .

وتأسيساً على ما تقدم فإن موقف التشريعات محل الدراسة قد تباينت في تعريف الاعلان فمنها من عرفت الاعلانات بالمفهوم الضيق وذلك بالتركيز على الوسائل التي يستخدمها المعلن دون النظر الى وظيفة الاعلانات من حيث مدى التأثير النفسي على المستهلك كقانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان العراقي وقانون تنظيم الاعلانات المصري في حين عرف المشرع الجزائري الاعلانات بمفهوم واسع وذلك في القانون المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ويتضح ايضاً ان بعض القوانين الخاصة في الدول محل الدراسة عرفت أنواعاً محددة من الاعلانات كالاعلان الإلكتروني والاعلان الصحي والاعلان التجاري وهي تعاريف خاصة بتلك الاعلانات فقط وليس عموم الاعلانات.

اما تعريف الاعلانات قضاءً، فلم نجد بحدود ما اطلعنا عليه من قرارات قضائية تعريف للاعلانات ، في حين عرف الفقه الاعلانات تعريفات عديدة سبق وإن تم ذكرها^(١) .

الفرع الثاني

انواع الاعلانات

إن الاعلانات تحيط بالإنسان المعاصر من كل جانب لذا فقد تنوعت تلك الاعلانات لخدمة الانسان تبعاً لسلوكه ومتطلبات الحياة والاحتياجات المتعددة والتقدم التكنولوجي والعلمي والصحي ، فالاعلانات تظهر بأشكال مختلفة فمنها الاعلان الثابت ومنها الاعلان الصوتي والصوري والاذاعي والمسموع ومنها الصور المتحركة ومنها الالكترونية وغيرها ، فهناك أنواع متعددة منها، إلا أن أبرز تلك الانواع هي التي تعدت بوسائل الاعلانات ومصدرها و نطاقها وهذا ما سنوضحه على النحو الاتي .

اولاً : أنواع الاعلانات من حيث وسائلها:

وسائل الاعلانات هي الطريقة التي تنتقل بها الاعلانات من المعلن الى الافراد ، وهي كثيرة ومتنوعة فقد اجتهد المعلنون في إيصال اعلاناتهم بوسائل متعددة سواء بواسطة آلة بسيطة أو ألواح ثابتة أو جهاز أو

(١) تنظر الصفحات (١١-١٣) من الاطروحة .

وسيلة تكنولوجية أو غيرها^(١)، ويمكن تقسيم الاعلانات بالنظر للوسيلة على عدة صور هي الاعلانات الثابتة، والاعلانات الصحفية، والاعلانات السمعية والبصرية وعبر الانترنت.

فالاعلانات الثابتة هي الاعلانات التي توضع في مكان ثابت، وتشمل جميع اللوح المعلقة والمثبتة وجميع الملصقات والخراطم الارشادية ولوحات الاعلانات الضوئية والمرسومة والمعلقة التي تكون ثابتة في مواقعها^(٢) كما تشمل الاعلانات على جوانب الطريق وفي الشوارع الرئيسية وواجهات المحال التجارية وأسطح البنايات واسيجة الجسور وملاعب كرة القدم، والالواح المنقوشة والمطبوعات وتزايد اهميتها في المدن الكبرى كونها ترتبط بالتقدم الصناعي والتجاري^(٣).

وتمتاز الاعلانات الثابتة بأنها متاحة لمشاهدة الجميع كما تتيح للمعلن استخدام المساحة المطلوبة، والمكان المناسب، كما تمتاز بالمرونة لأنها تسمح بعرضها أو بيعها أو عرض المادة أو الخدمة المعلن عنها، كما انها تمتاز بتحقيقها أعلى قدر من التكرار للمعلن عنه^(٤)، ويؤخذ عليها بأنها محصورة في أماكن محددة ولا تتناسب مع التطور التكنولوجي والتأثر بالعوامل الجوية والبيئية وحاجتها المستمرة للتجديد^(٥).

أما الصورة الثانية فهي الاعلانات الصحفية فتشمل الاعلانات المطبوعة على الجرائد^(٦) والصحف وهي تتنوع بحسب اطارها ونطاقها فهي من حيث إطارها قد تكون اعلانات مساحة وقد تكون اعلانات موبو، فاعلانات المساحة تكون داخل إطار يميزها داخل الجريدة أو المجلة وهي قد تكون اعلانات تجارية وقد تكون اعلانات تحريرية تخص الاخبار والمقالات، وقد تكون موبو لها مكان محدد في الجريدة أو المجلة كاعلانات الوفيات والمناقصات والمزايدات والكوزماتك والاعلانات الصحفية واحدة من أكثر الوسائل المستعملة للاعلانات عن السلع والخدمات^(٧)، كما أن نطاقها يختلف بحسب نوع المؤسسات التي قد تكون على شكل مؤسسات إعلانية أو شركات نشر وتوزيع أو صحف ورقية أو الكترونية^(٨).

(١) د. عبد الجبار منديل، الاعلان بين النظرية والتطبيق، مطبعة الارشاد، بغداد، ١٩٨٣، ص ١٦٣.

(٢) د. طلعت الزهيري، مصدر سابق، ص ٢٠٥.

(٣) د. هدى حامد قشقوش، مصدر سابق، ص ٢٥.

(٤) د. عبد الجبار منديل، مصدر سابق، ص ١٧٧، وهاله مفداد احمد يحيى الجليلي، مصدر سابق ص ٥٠.

(٥) د. احمد السعيد الزقرد، الحماية القانونية من الخداع الاعلاني في القانون الكويتي والمقارن، مصدر سابق، ص ١٦٤.

(٦) لم يعرف قانون المطبوعات العراقي الجريدة بل عرف في المادة (١) منه المطبوع الدوري والمطبوع غير الدوري اما قانون المطبوعات المصري فقد عرف الجريدة في المادة (١) منه بأنها " كل مطبوع يصدر باسم واحد بصفة دورية في مواعيد منتظمة أو غير منتظمة " اما القانون العضوي المتعلق بالاعلام الجزائري فعبر عنها بالنشرات الدورية في المادة (٦) منه بنصه " تعتبر نشرات دورية في مفهوم هذا القانون العضوي الصحف والمجلات بجميع انواعها التي تصدر في فترات منتظمة "

(٧) د. ابي سعيد الديوجي، ادارة التسويق، دار الكتب للطباعة والنشر، الموصل، ١٩٧٨، ص ٢٥٩.

(٨) المادة (١) من قانون تنظيم الصحافة والاعلام والمجلس الاعلى لتنظيم الاعلام المصري.

وتتمتاز هذه الاعلانات بقلة تكلفتها وسعة انتشارها وسهولة العودة اليها وزيادة الثقة بها ولا سيما إذا كانت موثوقة وصادقة وكذلك توفر سهولة في الرجوع لصاحب الاعلان ، ولكن يؤخذ عليها بأنها أصبحت تقليدية وقد هجرها العديد من الناس ، وكذلك فهي غير ملائمة للأشخاص الأميين وكذلك لعديمي الدخل المالي^(١) .

وبالنسبة للاعلانات السمعية والبصرية وعبر الانترنت فهي الصورة الثالثة للاعلانات من حيث الوسيلة وتتمثل بالاعلانات عبر الوسائل التقنية سواء باستخدام التلفاز أو الاذاعة الصوتية (الراديو) أو الانترنت^(٢) ، حيث يعد التلفاز من أبرز وسائل الاعلان المستخدمة، بل يمكن القول هي الأكثر شيوعاً لعدة عقود من الزمن وكان حتى وقت قريب الوسيلة الاعلامية المرئية الوحيدة بين الوسائل المرئية بعد السينما ثم رافقته وسائل مرئية أخرى كالشاشات الكبيرة في الساحات العامة واجهزة الاعلام الآلي وغيرها^(٣) وبعدها ازداد استخدام الانترنت وشاعت وسائله ، وتعتمد هذه الاعلانات على الصور والألوان والصوت والموسيقى في المادة الاعلانية ، إذ تعمل جميعها للتأثير في المستهلكين لتبني أفكار المعلنين عن السلع والخدمات ، وقد ساعد ظهور الأقمار الصناعية على وجود المئات من القنوات الفضائية التي يعتمد تمويل اغلبها على مبالغ إنتاج وبيع وبث الاعلانات^(٤)، وإن زيادة الاعلانات الاذاعية والتلفزيونية تزداد مع زيادة التغطية والانتشار لمحطة التلفزيون أو الراديو^(٥) ومن عيوب الاعلانات التلفزيونية هي التكاليف الباهظة للاعلانات التلفزيونية وقصر مدة الاعلان .

أما الاذاعة الصوتية (الراديو) فتعد من الوسائل القديمة للاعلانات ، وتمتاز بعدة مزايا جعلت منها أفضل من الاعلانات المكتوبة ، منها انها تكون بصوت الانسان بما يحوي من تعبير يجذب المستمع، كما انها لا تحتاج إلى قراءة ، ورغم ذلك فإن الاعلان بالاذاعات الصوتية لا تتمكن من إظهار الشيء المعلن عنه وصورته بل يقتصر على وصفها فقط وهذا الأمر أن صَحَّ في بعض الاعلانات، فلن يكون مجدياً

(١) Lawn des. Dou glas . Marketing , the use of advertisting , First ed, Printed Great Britain ,by A. Wheaton &co, Exeter Pregamos Press 1969,P16.

(٢) د. شيرزاد عزيز سليمان، مصدر سابق ، ص ٣٠.

(٣) محمود عساف ، اصول التسويق ، مصدر سابق ، ص ٣١٠.

(٤) نصت الفقرة (ثانياً) من المادة (١٩) من قانون شبكة الاعلام العراقي رقم ٢٦ لسنة ٢٠١٥ على " تمويل الشبكة من الموارد التالية : ثانيا- انتاج وبيع وبث الاعلانات والبرامج والاعمال المسموعة والمرئية والمقروءة والالكترونية وغيرها وفقا لأنظمة الشبكة ومدوناتها التي تخص الاعلانات".

(٥) التغطية هي المنطقة التي تسمع في داخلها محطة الراديو والتلفزيون اما الانتشار فهو عدد المستمعين أو المشاهدين للمحطة للمزيد ينظر خليل صابات ، الصحافة مهنة ورسالة ، دار المعارف ، القاهرة ، ١٩٧٧ ، ص ٢٤ .

باعلانات أخرى وتختلف الاعلانات الاذاعية بحسب اقسام الاذاعات الصوتية، وهي أما أن تكون اذاعات محلية أو مركزية أو دولية^(١) .

وقد عرف قانون تنظيم الصحافة والاعلام والمجلس الأعلى لتنظيم الاعلام المصري الاعلام المسموع أو المرئي بأنه "كل بث إذاعي وتلفزيوني أو إلكتروني يصل إلى الجمهور، أو فئات معينة منه، بإشارات أو صور أو أصوات أو رسومات أو كتابات، لا تتسم بطابع المراسلات الخاصة، بواسطة أي وسيلة من الوسائل السلكية واللاسلكية وغيرها من التقنيات الحديثة، أو أي وسيلة من وسائل البث والنقل الإذاعية والتلفزيونية والألكترونية وغيرها، ويصدر عن أشخاص طبيعية أو اعتبارية عامة أو خاصة، ووفقاً للقواعد والإجراءات المنظمة للائحة التنفيذية لهذا القانون"^(٢)، وإن الاعلانات بالتلفزيون تفضّل على الاعلانات عبر الراديو لأنها تتضمن الصوت والصورة معاً كما تعد الصورة الاعلانية من الوسائل الفاعلة في نقل موضوع الاعلانات للجمهور^(٣).

وبالنسبة للانترنت^(٤) فهو وسيلة اتصال يصل الإنسان بموجبها بالشبكة العنكبوتية التي تربط ملايين مصادر المعلومات في شبكة واحدة وتوفر للإنسان امكانية تصفح المصادر والمعلومات وهو في مكانه ، ويعد الانترنت أحدث الوسائل المستخدمة في الاعلانات وبمختلف الصور فقد يكون على شكل برامج اعلانية خاصة مجانية أو مدفوعة أو على شكل بريد إلكتروني^(٥).

إلا أن مخاطر الاعلانات عبر الانترنت تكون أكثر من غيرها من الوسائل الأخرى ولا سيما في الدول التي لم تضع تشريعات تنظم ممارسة الاعلانات الألكترونية وتضمن عدم خرقها ، فالبنوك والشركات تتلافى وجود مخاطر الاعلانات عبر الانترنت بإستخدام انظمة خاصة كنظام (SSL)^(٦).

(١) د. ابي سعيد الديوجي ، مصدر سابق، ص ٥٦٧.

(٢) المادة (١) من قانون تنظيم الصحافة والاعلام والمجلس الأعلى لتنظيم الاعلام المصري .

(٣) د. سامي الصمادي ، دور الدعاية في الاعلان التجاري دراسة مسحية لاتجاهات المستهلك الاردني ، جامعة الدول العربية ، الملتقى العربي الثاني بعنوان التسويق في الوطن العربي الفرص والتحديات، الدوحة ، قطر ، ٢٠٠٣ ، ص ٢١٢ ، و فائزة يخلف، دور الصورة في التوظيف الدلالي للرسالة الاعلانية ، رسالة مقدمة الى معهد علوم الاعلام والاتصال ، جامعة الجزائر ، ١٩٩٦ ، ص ٢٧.

(٤) عرف المشرع العراقي الانترنت في الفقرة (ثلاثون) من المادة (١) من مشروع قانون الاتصالات والمعلوماتية لسنة ٢٠١٧ بأنه (الشبكة الدولية للمعلومات) ، المنشور على موقع مجلس النواب، <https://arb.parliament.iq/archive/2017/04/27> تاريخ الزيارة ٢٠٢١/٨/٢ الساعة ٦ مساءً.

(٥) عرفت المادة (١) من قانون مكافحة جرائم تقنية المعلومات المصري المرقم ١٧٥ لسنة ٢٠١٨ البريد الإلكتروني بأنه "وسيلة لتبادل رسائل الكترونية على عنوان محدد بين أكثر من شخص طبيعي أو اعتباري عبر شبكة معلوماتية ، أو غيرها من وسائل الربط الإلكتروني من خلال اجهزة الحاسب الالي وما في حكمها " اما القوانين العراقية والجزائرية فلم تعرف البريد الإلكتروني.

(٦) (SSL) هو نظام يستخدم لإنشاء اتصال مشفر وامن بين الأجهزة التي يستخدمها زوار الموقع أو العملاء والخادم الذي يستضيف موقع الويب لحماية المعلومات الشخصية مثل اسم المستخدم وكلمة المرور والعنوان ومعلومات بطاقة الائتمان =

ثانياً : انواع الاعلانات من حيث مصدرها :

تختلف الاعلانات باختلاف الجهة الصادر عنها، فهي على صورتين أما أن تكون الاعلانات صادرة عن أفراد طبيعيين أو أي شخص من الأشخاص التابعين للقانون الخاص (الاعلانات غير الحكومية)^(١)، وأما أن تكون صادرة عن جهات حكومية سواء وزارة أو هيئة أو مؤسسة أو غيرها من الأجهزة الحكومية (الاعلانات الحكومية)^(٢) ، فبالنسبة للاعلانات غير الحكومية فهذه الفئة من الاعلانات تعد الأكثر شيوعاً واستعمالاً ولاسيما التجارية منها، كالاعلان عن سلعة أو منتج أو خدمة معينة ، ويكون إعلان هادفاً اقناع المستهلك المحتمل بالمزايا أو المنافع التي سوف تعود عليه جراء الحصول على هذه السلعة أو الخدمة أو استعمالها^(٣).

ولا يشترط فيها أن تكون اعلانات تجارية فقد تكون غير تجارية كالاعلان عن فقدان مستمسكات أو الاعلان عن مناسبة اجتماعية، كما لا يهم نوع الاعلانات سواء أكانت اعلانات صحية أو اعلانات تجارية أو صناعية أو زراعية أو مهنية أو حرفية وغيرها فالمهم هو أن من يقوم بالاعلان شخص من أشخاص القانون الخاص وليس جهة حكومية^(٤).

والأصل في الاعلانات غير الحكومية هو الاختيارية وحرية ممارسة النشاط الاعلاني من عدمه إلا أن هنالك بعض القوانين التي تحكم نشاطات أشخاص القانون الخاص نصت على وجوب الاعلان كقانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية العراقي الذي أوجب الاعلان عن العلامة بعد الموافقة المبدئية عليها في ثلاثة اعداد متتالية ولصاحب الشأن تقديم اعتراض للمسجل خلال تسعين يوماً من تأريخ الاعلان

=المزيد انظر سفيان تايه فرج ، توسيع بروتوكول SSL/TLS ، مجلة جامعة الانبار للعلوم الصرفة ، المجلد ٢، العدد ١، ٢٠٠٨، ص ١١.

(١) د. حسين فتحي عثمان ، حدود مشروعية الاعلانات التجارية لحماية المتجر والمستهلك ، مجلة مصر المعاصرة ، تصدرها الجمعية المصرية للاقتصاد السياسي والاقتصاد والتشريع ، مجلد ٨٣ ، العدد ٤٢٧ ، القاهرة ، ١٩٩٢ ، ص ١٣١ .

(٢) حيدر ابراهيم المصنر، الدعاية على الشبكات الاجتماعية قراءة في ادوات السيطرة والتضليل ، مركز الدراسات الاقليمية، فلسطين ، ٢٠٢٠ ، ص ٥٩ .

(٣) د. منى الحديدي، الاعلان، ط٣، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ٢٠٠٩ ، ص ١٦ .

(٤) د. علي السلمي ، الاعلان ، ط٣، دار المعارف ، القاهرة ، ١٩٧١ ، ص ٢٠ .

الايخبر^(١) كما نص القانون على وجوب اعلان شطب التسجيل وتجديده في الحالات المقررة والمنصوص عليها^(٢).

وكذلك ما جاء بقانون التجارة العراقي فيما يخص الاعلان عن الاسم التجاري اذا كان موافقا للقانون وإن يكون ذلك بنشر القرار بالقيود أو الرفض في النشرة التي تصدرها الغرف التجارية والصناعية المختصة^(٣)، وكذلك الأمر في قانون الشركات حيث تضمن عدد من النصوص التي توجب الاعلانات كما في اعلان المصرف المسؤول عن الاكتتاب بغلقه والاعلان عن ذلك بصحيفتين يوميتين بعد التأكد من صحته ، والاعلان عن بيع الأسهم اذا كان الوارث ممنوعا من تملك أسهم الشركات أو آلت إليه أسهم تزيد عن الحد الأعلى^(٤).

وبالنسبة للاعلانات الحكومية فهي ما تقوم به الدولة أو وزاراتها ومؤسساتها من اعلانات سواء أكانت اعلانات تجارية أو اعلانات غير تجارية ، وعلى الرغم من أن أغلب الاعلانات الحكومية عادة ما تحمل أهداف غير تجارية بل اهدافاً اجتماعية أو صحية أو توعوية ، إلا أن ذلك لا ينفي وجود اعلانات ذات أهداف تجارية كالاعلانات الصادرة من وزارة الصناعة والمعادن للترويج عن منتوجاتها أو الاعلانات عن المهرجانات الربحية التي ترعاها الحكومة وغيرها ، والاعلانات الحكومية تخضع فيما يتعلق بنشرها للقوانين والتعليمات السارية وحسب طبيعة الاعلانات^(٥)، فالمشروع العراقي قد أوجب الاعلان عن المفقود بقرار من المحكمة ويلغى الاعلان إذا ظهر دليل على حياة المفقود^(٦) .

(١) نصت المادة (١١) من قانون قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية العراقي العراقي على ان "١ - على المسجل في حالة قبول العلامة مبدئياً الاعلان عنها في ثلاثة اعداد متتالية من نشرة مديرية التجارة العامة ٢ - لصاحب الشأن ان يقدم للمسجل خلال تسعين يوماً من تاريخ الاعلان الاخير اخطاراً كتابياً باعتراضه على تسجيل العلامة " وتقابلها المادة (١٦) من قانون الملكية الفكرية المصري رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ المعدل والذي حل محل قانون العلامات والبيانات التجارية المصري رقم ٥٧ لسنة ١٩٣٩، اما قانون العلامات الجزائري ٠٦-٠٣ لسنة ٢٠٠٣ فلم يشترط الاعلان حيث نصت المدة (٥) منه "يكتسب الحق في العلامة بتسجيلها لدى المصلحة المختصة".

(٢) نصت المادة (٢٣) من قانون قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية على ان "يجب اعلان شطب التسجيل وتجديده على الوجه الذي يقرر بالنظام" وتقابلها المادة (١١١) من اللائحة التنفيذية لقانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري الصادرة بقرار رئيس مجلس الوزراء المصري بالرقم ١٣٦٦ لسنة ٢٠٠٣.

(٣) المادة (٢٥) من قانون التجارة العراقي ، والمادة (١٩) من قانون التجارة المصري ، اما قانون التجارة الجزائري رقم ٧٥-٥٩ لسنة ١٩٧٥ المعدل فلم يشترط في المادة (١٩) الاعلان واكتفى بالتسجيل في السجل التجاري فقط .

(٤) المادة (٤٤) والفقرة (اولاً) من المادة (٦٧) و من قانون الشركات العراقي رقم ٢١ لسنة ١٩٩٧ المعدل و المادة (١١٩) من قانون الشركات المصري رقم ١٥٩ لسنة ١٩٨١ المعدل و المواد (٥٩٥) و(٧١٥) من القانون التجاري الجزائري الذي يحوي احكام قانون الشركات الجزائري في المواد من ٥٤٤-٨٤٢ .

(٥) د. احمد عبد المجيد ، الحد الفاصل بين الاعلان والاعلام تداخل المستويات في الصحافة ، مجلة الباحث الاعلامي ، كلية الاعلام جامعة بغداد، المجلد ٦، العدد ٢٣ ، ٢٠١٤ ، ص ٥٧ .

(٦) نصت المادة (٨٧) من قانون رعاية القاصرين العراقي رقم ٧٨ لسنة ١٩٨٠ (المعدل) على "يتم الاعلان عن حالة المفقود بقرار من المحكمة، ويقوم قرار وزير الدفاع أو وزير الداخلية مقام قرار المحكمة بالنسبة الى افراد القوات المسلحة وقوى الامن الداخلي . ويلغى الاعلان اذا ظهر دليل على حياة المفقود" وتقابلها المادة (٢٢) من قانون الاحوال الشخصية=

فضلاً عن ذلك فإن قانون إدارة البلديات العراقي الزم الوزير قبل إحداث أية بلدية إن يهيئ خارطة ووصف لحدودها وإن يعلن ذلك بالجريدة الرسمية وبطرق الإعلان الأخرى خلال مدة ثلاثين يوماً يقبل فيها الاعتراضات والملاحظات من الدوائر الرسمية والمصالح ومن المواطنين أصحاب العلاقة وعلى ضوء هذه الاعتراضات يقرر الوزير ما يراه^(١)، وكذلك ألزم مجلس أمانة العاصمة أو المجلس البلدي أن يعلن بالطرق المتيسرة التصاميم لاطلاع المواطنين وذوي العلاقة والدوائر الرسمية وشبه الرسمية وغيرها وقبول الاعتراضات والاقتراحات المقدمة بشأنها خلال تسعين يوماً من تاريخ الإعلان^(٢)، كما أن قانون التسجيل العقاري العراقي قد أوجب فيما يخص اعلان طلبات التسجيل المجدد^(٣) وكذلك الاعلانات في حالة بيع العقارات بالمزايدة العلنية وفق البيانات والاليات المحددة قانوناً^(٤).

لذا يتضح إن اغلب الاعلانات الحكومية المجانية وهي الغالبة كالإعلان عن مناقصة او مزايدة تكون إجبارية ولا مجالاً للتنازل عنها أو تغافلها أما الاعلانات الحكومية التجارية أو الربحية فتكون لقاء مبالغ مالية وهي قد تكون اختيارية أو اجبارية حسب تعليمات الوزارة أو الهيئة أو المؤسسة .

ثالثاً : انواع الاعلانات من حيث نطاقها .

تنقسم الاعلانات بالاستناد إلى النطاق الذي تغطيه الاعلانات على صورتين الاعلانات الدولية والاعلانات الوطنية ، يطلق على الاعلانات الدولية بالاعلانات العالمية وهي الاعلانات التي يتجاوز نطاقها حدود اقليم الدولة وليس هنالك أنواع محددة تميز هذه الاعلانات فهي قد توضع حسب نوعية المتلقي سواء اعلانات استهلاكية أو اعلانات أعمال^(٥) ولا فرق فيما إذا كانت الاعلانات معقدة يصعب فهمها إلا من المختصين وقد تكون سهلة يفهمها عامة الناس ، فالمعيار في تمييز هذه الاعلانات هو تجاوز حدود الدولة، وقد أنشأت هيئات عالمية من شأنها تنظيم كل ما يخص حماية المستهلك في المجالات الصناعية والتجارية

=المصري رقم ٢٥ لسنة ١٩٩٢ المعدلة بالقانون رقم ١٤٠ لسنة ٢٠١٧ والمادة (١٦٠) من قانون الاسرة الجزائري المرقم ٨٤-١١ لسنة ١٩٨٤ (المعدل) .

(١) المادة (٦) من قانون ادارة البلديات العراقي رقم ١٦٥ لسنة ١٩٦٤(المعدل) ولم يتضمن نظام الحكم المحلي المصري رقم ٤٣ لسنة ١٩٧٩ المعدل ولا قانون البلدية الجزائري رقم ١١-١٠ لسنة ٢٠١١ نصاً مماثلاً.

(٢) المادة (٤٤) من قانون ادارة البلديات العراقي.

(٣) البند (٣) من المادة (٤٥) من قانون التسجيل العقاري العراقي ولم يتضمن قانون الشهر العقاري المصري رقم ١١٤ لسنة ١٩٤٦ المعدل ولا قانون التوجيه العقاري الجزائري رقم ٩٠-٢٥ لسنة ١٩٩٠ المعدل نصاً مماثلاً.

(٤) المواد من (١٧١-١٧٣) من قانون التسجيل العقاري العراقي ولم يتضمن قانون الشهر العقاري المصري ولا قانون التوجيه العقاري الجزائري نصاً مماثلاً.

(٥) الاعلانات الاستهلاكية تكون موجهة من التاجر الى المستهلك النهائي ، اما اعلان الاعمال فهو يوجه الى رجال الاعمال أو المهنيين بهدف ترويج المنتجات الوسيطة للمزيد د. احمد السعيد الزقرد ، الحماية القانونية من الخداع الاعلاني في القانون الكويتي والمقارن ، مصدر سابق ، ص ١٤٧ .

والاعلانية بالإضافة الى المنظمات والمؤسسات الوطنية ومن أهم هذه الهيئات هي غرفة التجارة الدولية^(١) التي أصدرت قواعد ومدونات دولية مرعية في مجال الاعلانات هدفها إرساء قواعد الرقابة والانضباط في مجال الاعلانات وإقرار مسؤولية كل طرف يتصل نشاطه بالاعلانات، اذ وضعت غرفة التجارة الدولية بتاريخ ٢٠ آيار ١٩٣٧ تقنين يضم القواعد المتبعة في الإعلانات الدولية تحت عنوان "مدونة القواعد الدولية المرعية في مجال الإعلان" تهدف الى إرساء قواعد ترتفع بأخلاقيات التجارة في مجال التسويق عن طريق إيجاد نوع من الانضباط الذاتي أو الرقابة الذاتية وتيسير مهمة القضاء^(٢)، ومثال الاعلانات في المناطق الحرة الدولية والاعلانات لشركات الدواء العالمية. أما الاعلانات الوطنية فهي الاعلانات الموجهة للجمهور المقيم داخل حدود الدولة، سواء كانت تغطي اقليم الدولة كافة أو مناطق محددة منه، وتشمل كافة المجالات على السواء تجارية كانت او صناعية أو زراعية أو مهنية أو الحكومية داخل الدولة كافة، ويظهر بعدة صور أبرزها صورة الاعلانات التنافسية التي تمثل الوجه الأبرز للاعلانات الوطنية من خلال التنافس بين المنتجين للسلع وكسب الزبائن من خلال الاعلان عن بضائعهم، والصورة الأخرى هي الاعلانات المقارنة التي يقوم من خلالها المعلن الوطني بالمقارنة في إعلانه بينه وبين المنتجات الأخرى التي تم الاعلان عنها كمنافس له ويكون ذلك من خلال استعراض أوجه الشبه والاختلاف والمواصفات والخصائص لكل منتج، وتشمل الاعلانات الوطنية كذلك صورة الاعلانات الحكومية^(٣).

المطلب الثاني

ضوابط الاعلانات المنشئة للمسؤولية الجزائية في حال مخالفتها

إن التأثير النفسي والإثارة التي تقوم عليها الاعلانات لا ينفي وجوب أن تكون ضمن إطار المشروعية على وفق الشروط المحددة في القوانين الخاصة، فعلى الرغم من التفاوت في النظم القانونية في مسألة تنظيم الاعلانات إلا أن هنالك نصوص قانونية متفرقة في التشريعات محل المقارنة في هذه الدراسة تهدف من خلالها إلى تنظيم الاعلانات قبل وبعد إصدارها من خلال وضع معايير قانونية، وضوابط تحكمها وإن مخالفة اي من هذه الضوابط يكون منشأ للمسؤولية الجزائية وإن تقسيم هذه الضوابط إلى شكلية وموضوعية

(١) غرفة التجارة الدولية هي من أكبر المؤسسات التجارية وأكثرها تنوعاً في العالم. تضم أكثر من ١٠٠ دولة ومصالح تجارية واسعة تحافظ على الاتصال مع الأمم المتحدة ومنظمة التجارة العالمية والوكالات الحكومية الأخرى، للمزيد راجع الموقع الإلكتروني لغرفة التجارة الدولية <http://www.iccwbo.org/chamber-services/trade-facilitation/certificates-of-origin/co-guidelines/> تاريخ الزيارة ٢٠٢١/٧/٢٢ الساعة ٦ مساءً.

(٢) د. عبد الفضيل محمد أحمد، الإعلان عن المنتجات والخدمات من وجهة القانونية، ط١، مكتبة الجلاء الجديدة، المنصورة، ١٩٩١، ص ١٥٢.

(٣) د. محمد عبد الفتاح الصيرفي، الإعلان - انواعه - مبادئه - وطرق اعداده، ط١، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٣، ص ٢١.

هو تقسيم فقهي يعتمد على التفرقة بين بنیان الاعلان و محتويات الاعلان وصيغته^(١)، وهذا ما سنوضحه بفرعين نبين في الفرع الأول الضوابط الشكلية للاعلانات المنشئة للمسؤولية الجزائية في حال مخالفتها ، ونخصص الفرع الثاني للضوابط الموضوعية للاعلانات المنشئة للمسؤولية الجزائية في حال مخالفتها .

الفرع الأول

الضوابط الشكلية للاعلانات المنشئة للمسؤولية الجزائية في حال مخالفتها

هنالك عدة ضوابط شكلية لا بد من توافرها في الاعلانات، وإن مخالفة تلك الضوابط يعرض مرتكبها للمسؤولية الجزائية ، وتتمثل بتقديم طلب الحصول على إجازة ممارسة نشاط الاعلانات وإن يمارس النشاط الإعلاني اشخاص مختصون وإن تكون لغة الاعلانات هي اللغة الرسمية و أن توضع الاعلانات في المحلات المأذون بها وسوف نتناولها تباعاً .

أولاً : تقديم طلب الحصول على إجازة ممارسة نشاط الاعلانات

إن الحصول على اجازة لممارسة نشاط الاعلانات تستلزم تقديم طلب من الجهة طالبة الإجازة اذا توافرت فيها الشروط المطلوبة فلا يمكن الترخيص بممارسة نشاط الاعلانات ما لم يكن هنالك طلب مقدم لجهة مختصة على وفق الشكلية المطلوبة وحسب نوع الاعلانات المطلوب ممارستها، فبالنسبة للمشرع العراقي، فإن ممارسة نشاط الاعلانات غير الحكومية تستلزم تقديم طلب لممارسة هذا العمل وحسب نوع الاعلان فإجازة الاعلانات غير الحكومية عموماً تتطلب تقديم طلب الى وزارة الثقافة والاعلام موقعاً من طالب الاجازة^(٢)، في حين الحصول على إجازة الاعلانات الحكومية تختلف بحسب الوزارة فطلب الحصول على اجازة الاعلانات الصحية لدعاية الادوية تتطلب تقديم طلب إلى وزارة الصحة للحصول على الاجازة^(٣)، كما أن الحصول على إجازة الاعلانات في المطبوعات تتطلب تقديم الطلب الى وزارة الثقافة والاعلام^(٤) على أن يتضمن الطلب بيانات محددة قانوناً^(٥).

(١) د. محمد عبد الله عبد الرحيم ، التسويق المعاصر، مطبعة جامعة القاهرة، القاهرة ، ١٩٨٨، ص ٣٢٤ .
 (٢) الفقرة اولاً من المادة (١) من قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان العراقي ، والفقرة اولاً من المادة (١) من التعليمات رقم (٤) لسنة ١٩٩٤ تعديل مكاتب الدعاية والنشر والاعلان .
 (٣) المادة (١) من تعليمات المكاتب العلمية لدعاية الادوية وفق قانون مزاوله مهنة الصيدلة والاتجار بالادوية والمواد السامة العراقية رقم ٨٦ لسنة ١٩٥٦ .
 (٤) شطرت وزارة الثقافة والاعلام الى وزارتين هما وزارة الاعلام ووزارة الثقافة بموجب المادة (١) من قانون وزارة الاعلام رقم ١٦ لسنة ٢٠٠١ واصبح قانون وزارة الثقافة بالرقم ١٧ لسنة ٢٠٠١ .
 (٥) نصت الفقرة (أ) من المادة (٤) من قانون المطبوعات العراقي على ان "أ - يقدم طلب الاجازة الى الوزارة متضمناً البيانات التالية: ١- اسم صاحب الطلب وشهرته وعمره ومحل اقامته وجنسيته ومهنته . ٢- اسم رئيس التحرير وشهرته وعمره ومحل اقامته وجنسيته ومهنته وموافقته التحريرية على ان يكون رئيس تحرير للمطبوع الدوري المطلوب اجازته. ٣- اسم المطبوع الدوري واللغة التي يصدر بها ويجب ان لا يكون الاسم قد اطلق على مطبوع دوري مجاز ٠٠٠٠٠" .

أما الاعلانات الإذاعية^(١) فيشترط الحصول على ترخيص من قبل هيئة الاعلام والاتصالات^(٢) .
أما المشرع المصري فقد اشترط على كل من يقوم بأعمال الطباعة قبل ان يتولى الطبع أن يقدم
اخطاراً كتابياً بذلك للمحافظة أو المديرية^(٣)، كما اشترط تقديم طلب من المعلن للجهة المختصة قبل وضع
الاعلان أو اللافتة^(٤)، وكذلك فإن قانون تنظيم الصحافة والاعلام والمجلس الأعلى لتنظيم الاعلام المصري
وضع ضوابط وشروط لابد من تقديمها في طلب على شكل استمارة معدة لهذا الغرض من المجلس الأعلى
قبل مباشرة العمل^(٥)، أما المشرع الجزائري فإن من يمارس نشاط الاعلانات بالكامل هي الوكالة الوطنية
للنشر والاشهار^(٦).

ثانياً: أن يمارس النشاط الاعلاني من اشخاص مختصين .

اشترط المشرع العراقي فيمن يمارس نشاط الاعلانات في قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان ان
يتوافر لديه مكتب خاص لممارسة المهنة^(٧) وإن يكون لديه اسم تجاري للمكتب صادر من غرفة تجارة بغداد
أو غرفة تجارة المحافظة ذات العلاقة^(٨) وإن يتولى ادارة مكتب الاعلانات بنفسه^(٩)، ولا يجوز لصاحب مكتب
الاعلانات ممارسة أي مهنة اخرى في مكتبه^(١٠)، كما اشترط فيمن يمارس النشاط الاعلاني أن يكون عراقياً
قد أكمل الثامنة عشر من العمر وموقفه سليم من الخدمة العسكرية^(١١)، أما تعليمات تعديل مكاتب الدعاية
والنشر فقد اشترطت ان يكون العامل في النشاط الاعلاني عراقياً لا يقل عمره عن خمس وعشرين سنة^(١٢)
وغير محكوم عليه بجناية غير سياسية أو جنحة مخلة بالشرف وحاصل على شهادة الدراسة الاعدادية أو ما

(١) نصت الفقرة (١) من القسم (٢) من قانون الهيئة العراقية للاتصالات والاعلام العراقي على " ١-تعنى عبارة الاذاعة اي بث أو ارسال من موقع واحد الى مواقع متعددة، أو اي بث أو ارسال لإشارات أو نصوص أو صور أو محتوى مسموع أو مرئي أو بيانات يتم ارسالها بالبرق أو عبر الاليف البصرية، أو الارسال الصوتي أو اي وسيلة اخرى كهرومغناطيسية، بقصد ان يستقبلها الجمهور العام أو جزء منه. ويراعى ان تعريف عبارة الاذاعة لا يتضمن خدمات المعلوماتية أو خدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية".

(٢) نصت الفقرة (١) من القسم (٢) من قانون الهيئة العراقية للاتصالات والاعلام العراقي على "١-تدير المفوضية عمليات ترخيص خدمات الاتصالات والاعلام في العراق، وتضمن استخدام طيف التردد الاشعاعي بطريقة تعترف بقيمة هذا المورد وندرته"، وكذلك ما جاء بأعمام هيئة الاعلام والاتصالات المعنون الى الامانة العامة لمجلس الوزراء بالعدد ٧٧٢٤/٢/٥/٤/٧ في ٢٠٢٠/٩/٢٠ و كافة الوزارات بعدم التعامل مع شركات الاعلان غير المرخصة من الهيئة (غير منشور).

(٣) المادة (٣) من قانون المطبوعات المصري رقم ٢٠ لسنة ١٩٣٦ (المعدل) .

(٤) المادة (٣) من قانون تنظيم الاعلانات على الطرق العامة المصري .

(٥) المادة (٥٥) من قانون تنظيم الصحافة والاعلام والمجلس الأعلى لتنظيم الاعلام المصري .

(٦) المادة (١) من قانون الوكالة الوطنية للنشر والاشهار الجزائرية.

(٧) الفقرة (٣) من المادة (٣) من قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان العراقي .

(٨) الفقرة رابعاً من المادة (١) من تعليمات رقم ٤ لسنة ١٩٩٤ تعديل مكاتب الدعاية والنشر والاعلان .

(٩) الفقرة اولاً من المادة (٦) من القانون اعلاه.

(١٠) الفقرة ثالثاً من المادة (١٠) من القانون ذاته.

(١١) الفقرة (ثانياً) من المادة (٣) من قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان.

(١٢) الفقرة (ثانياً) من المادة (١) من التعليمات رقم (٤) لسنة ١٩٩٤ تعديل قانون مكاتب الدعاية والنشر والاعلان العراقي.

يعادلها أو أن يكون منتسباً إلى نقابة الصحفيين^(١)، وبخصوص الاعلانات المنشورة في إحدى المطبوعات الدورية^(٢) فقد اشترط قانون المطبوعات العراقي عدة شروط في مالك المطبوع الدوري منها أن يكون غير محكوم عليه بجناية غير سياسية أو جنحة مخلة بالشرف ومقيماً في مكان صدور المطبوع وغير موظف أو مستخدم في دائرة رسمية أو شبه رسمية ومزوداً بشهادة جدارة من نقابة الصحفيين العراقيين مصدقة من قبل الوزارة تؤيد كونه من ذوي الموهبة والمؤهلات الصحفية ويستثنى من ذلك حاملو الشهادات الجامعية المتخصصة في شؤون الاعلام والصحافة والمعترف بها و حائزاً على شهادة الدراسة الإعدادية على الأقل أو ما يعادلها، أما رئيس تحرير المطبوع الدوري السياسي فبالإضافة الى الشروط اللازمة في مالك المطبوع فيشترط ان يكون حائزاً على شهادة عالية^(٣).

وهناك بعض النشاطات الاعلانية تستلزم توافر عدة مواصفات في من يباشرها فضلاً عن كونه مختصاً، فتعليمات المكاتب العلمية لدعاية الادوية العراقية اشترطت في من يمارس نشاط اعلاني في مكتب علمي لدعاية الادوية ان يكون صيدلي كيميائي أو صيدلي أو طبيب متفرغ عند الضرورة القصوى^(٤)، وإن يكون عضواً مجازاً في نقابة ذوي المهن الطبية، وإن لا يكون لديه إجازة أو مسؤولية صيدلية أو مذكر أو مصنع أدوية أو مكتب علمي لدعاية الادوية^(٥).

أما المشرع المصري فلم يشترط في قانون تنظيم الإعلانات على الطرق العامة ٢٠٠٨ لسنة ٢٠٢٠ تخصص معين، وإنما ترك تقدير ذلك للجهة مانحة الترخيص^(٦) ، وبالنسبة لقانون المطبوعات المصري اشترط ان يكون رؤساء التحرير والمحررون مصريين لا يقل عمرهم عن خمس وعشرين عام كاملي الاهلية وحسني السمعة^(٧).

وبالنسبة للمشرع الجزائري فعلى الرغم من أن الاشهارات (الاعلانات) تختص بها وتحتكرها الدولة احتكاراً تاماً عن طريق الشركة الوطنية للاتصال والنشر والاشهار وهي شركة متخصصة بالاعلانات^(٨)، إلا أن

(١) الفقرة (ثالثاً) من المادة (١) من تعليمات رقم ٤ لسنة ١٩٩٤ تعديل مكاتب الدعاية والنشر والاعلان العراقي.

(٢) ينظر الهامش (١) ص (٢٧) من الاطروحة الذي عرف المطبوع الدوري.

(٣) البند (ب) من المادة (٣) من قانون المطبوعات العراقي ، وتقابلها المادة (١٢) من قانون المطبوعات المصري والمادة (٢٣) من القانون العضوي المتعلق بالاعلام الجزائري .

(٤) المادة (١) من تعليمات المكاتب العلمية لدعاية الادوية وفق قانون مزاوله مهنة الصيدلة والاتجار بالأدوية والمواد السامة رقم ٨٦ لسنة ١٩٥٦ .

(٥) المادة (٤) من تعليمات المكاتب العلمية لدعاية الادوية وفق قانون مزاوله مهنة الصيدلة والاتجار بالأدوية والمواد السامة العراقي.

(٦) المادة (١) من قانون تنظيم الاعلانات على الطرق العامة المصري والمادة (٣) من قانون تنظيم الاعلانات والخدمات الصحية المصري.

(٧) المادة (١٢) قانون المطبوعات المصري.

(٨) المادة (١) من قانون الشركة الوطنية للنشر والاشهار الجزائري .

قانون الاعلام الجزائري اشترط في مسؤول اية نشرية دورية أن يكون حائزاً على الشهادة الجامعية، وإن يتمتع بخبرة لا تقل عن عشر سنوات في ميدان الإعلام بالنسبة للنشريات الدورية للإعلام العام وخمس سنوات خبرة في ميدان التخصص العلمي أو التقني أو التكنولوجي بالنسبة للنشريات الدورية المتخصصة وأن يكون جزائري الجنسية، وإن لا يكون قد حكم عليه بعقوبة مخلة بالشرف^(١).

ثالثاً: أن تكون لغة الاعلانات هي اللغة الرسمية .

يشترط في الاعلانات المكتوبة ان تكون باللغة الرسمية للدولة، حيث اشترط قانون حماية المستهلك العراقي أن تكون معلومات الاعلان كاملة وباللغة الرسمية المعتمدة^(٢) أي أن لغة الاعلانات أما بالعربية أو الكردية^(٣).

ومن الجدير بالإشارة الى أن المشرع العراقي منع استعمال لغة غير العربية في قانون منع استعمال الواح الدلالة والاعلان الخاصة بتعريف التأمين الالزامي عن حوادث السيارات العراقي رقم ٥٢ لسنة ١٩٨٠ اذ نصت المادة (١) منه على " يمنع استعمال التسميات والمصطلحات غير العربية أو المحلية في ألواح الدلالة والاعلان للمحلات التجارية والصناعية والزراعية والمكاتب والمرافق الخدمية والمؤسسات والمنظمات والجمعيات". كما أجاز القانون الكتابة بلغة غير اللغة العربية إلى جانب اللغة العربية على أن يكون ذلك بشكل سليم أيضاً إذ يدقق من قبل لجان مختصة وبشروط أن تكون كتابة اللغة العربية أكبر حجماً وأبرز مكاناً^(٤)، وبالنسبة لضوابط الاعلان في الاذاعة والتلفزيون العراقي أوجبت استعمال اللغة العربية السليمة نطقاً وكتابة في الاعلان ويفضل أن تكون اللغة المنطوقة فصيحة^(٥)، أما قانون الجهاز المركزي للتقييس والسيطرة النوعية العراقي فقد اشترط أن تثبت محتويات ومكونات المنتجات التي يتم وضعها ورقم المواصفة المتبعة في الانتاج باللغة العربية^(٦).

أما المشرع المصري فقد اشترط في اللائحة التنفيذية لقانون تنظيم التعاقدات التي تبرمها الجهات العامة على ان اللغة العربية هي اللغة المعتمدة بكل ما يتعلق بموضوع الطرق والتعاقد ويجب أن يكون نشر

(١) المادة (٢٣) من القانون العضوي المتعلق بالاعلام الجزائري .

(٢) البند (ب) من المادة (٦) من قانون حماية المستهلك العراقي .

(٣) الفقرة (اولاً) من المادة (٤) من دستور جمهورية العراق حددت اللغة الرسمية بانها اللغة العربية واللغة الكردية.

(٤) المادة (٤) من قانون منع استعمال الواح الدلالة والاعلان الخاصة بتعريف التأمين الالزامي من حوادث السيارات العراقي رقم ٥٢ لسنة ١٩٨٠.

(٥) المادة (٦) من ضوابط الاعلان في الاذاعة والتلفزيون الصادرة من لجنة الرأي المكلفة بتطوير برامج الاذاعة والتلفزيون في ١٠/٧/١٩٩٩ (غير منشورة) .

(٦) الفقرة (ثامناً) من المادة (١١) من قانون الجهاز المركزي للتقييس والسيطرة النوعية العراقي رقم (٥٤) لسنة ١٩٧٩ (المعدل).

ذلك في كل بوابات التعاقد باللغة العربية^(١) وكذلك قانون حماية المستهلك المصري فقد نص على استخدام اللغة العربية وبخط واضح وسهل^(٢).

وكذلك الحال في التشريع الجزائري فقد اشترط أن تحرر بيانات الوسم وطريقة الاستخدام و شروط ضمان المنتج باللغة العربية فقد نصت المادة (٢٠) من القانون العضوي المتعلق بالإعلام على " تصدر النشريات الدورية للإعلام التي تنشأ بعد تاريخ هذا القانون بإحدى اللغتين الوطنيتين أو كليهما .." وكذلك ما جاء بنص المادة (١٨) من القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الجزائري رقم (٠٣/٠٩) لسنة ٢٠٠٩ التي نصت على أن " يجب أن تحرر بيانات الوسم وطريقة الاستخدام ودليل الاستعمال وشروط ضمان المنتج وكل معلومة أخرى منصوص عليها باللغة العربية أساساً، وعلى سبيل الإضافة يمكن استعمال لغة أو عدة لغات أخرى سهلة الفهم من المستهلكين وبطريقة مرئية ومقروءة ومتعذر محوها" وإن هذا النص أكثر مرونة مما هو عليه في التشريع العراقي والمصري، فهو يسمح باستخدام لغات أخرى غير اللغة العربية بشرط أن تكون مفهومة ، يضاف إلى ذلك ما جاء في المادة (١٩) من القانون المتعلق بتعميم استعمال اللغة العربية الجزائري رقم ٩١ - ٥ لسنة ١٩٩١ التي نصت على "يتم الأشهار بجميع أنواع اللغة العربية ويمكن استثناء استعمال لغات أجنبية إلى جانب اللغة العربية عند الضرورة"، كما ان مشروع قانون الأشهارات الجزائري تضمن نفس المضمون^(٣) ، أما فيما بخصوص الاعلانات غير المكتوبة التي تتضمن فقط رسوماً أو صوراً أو موسيقى أو عروضاً خالية من الكتابة فلا ينطبق هذا الشرط عليها .

أما بخصوص اشتراط أن تكون اللغة العربية المستعملة في الاعلان هي اللغة العربية الفصحى أم الدارجة فإن القوانين محل المقارنة لم تشترط ذلك وهناك رأي يذهب إلى أن لغة الاعلانات ممكن أن تصاغ بعبارة بسيطة ومتكررة على ألسن الجمهور، ولا يشترط أن تكون باللغة العربية الفصحى^(٤) .

ونرى أن هذا الرأي أن كان يصح في الاعلانات التجارية فلا يمكن الأخذ به بالنسبة للاعلانات الحكومية أو الاعلانات التي تنشر في الصحف والمجلات الرسمية أو الاعلانات الموضوعية على واجهات

(١) المادة (٧) والفقرة (٤) من المادة (٩) من اللائحة التنفيذية لقانون تنظيم التعاقدات التي تبرمها الجهات العامة المصري المرقم ٦٩٢ لسنة ٢٠١٩.

(٢) المادة (٥) من قانون حماية المستهلك المصري والمادة (٤) من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك المصري .

(٣) ومن الجدير بالإشارة أن مشروع قانون الأشهار الجزائري لعام ١٩٩٩ نص في المادة (١٠) على ان " كل إشهار تبثه

الوسائل السّمعية- البصرية ٠٠٠٠ يجب أن يكون باللّغة العربية وتلزم كل هذه المواد استخدام اللغة العربية كلغة أصلية

واستثناء يسمح باستخدام لغة أجنبية عند الضرورة خاصة إذا كانت القنوات الإذاعية والتلفزيونية موجهة للخارج".

(٤) د. محمد حسن عبد العزيز ، الاعلان بالعامية وباللغة الانجليزية في الصحف المصرية ، مجلة مجمع اللغة العربية ، القاهرة ، مصر ، العدد ١١٩ ، ٢٠١٠ ، ص ١٥٨.

الدوائر الرسمية وغيرها لأنها تتعلق برصانة المؤسسات الرسمية وهيبة الدولة التي تتطلب أن تكون جميع اعمالها ومن ضمنها الاعلانات بأتم صورة.

رابعاً: أن توضع الاعلانات في المحلات المأذون بها .

بعد الانتشار الكبير للاعلانات أصبح من الصعب إيجاد مساحة إعلانية فارغة لا تشغلها الاعلانات، فالاعلانات تتداخل في الأماكن والمضامين، مما يتطلب على المعلنين أو أدوات الاعلانات الحصول على الأذن من الجهات المختصة ليضعوا اعلاناتهم، على أن تراعي تلك الجهات اعتبارات عدة خلال منحها لذلك الاذن منها اعتبارات تنظيمية أم وقائية أم اقتصادية أم غيرها وحسب وسيلة ونوع الاعلان، وتحديد هذه الأماكن يعد عملية تنظيمية خاضعة للسلطة التقديرية للإدارة^(١) ، وتعد الاعلانات غير الحكومية هي المجال الرحب لضرورة تطبيق هذا الضابط نتيجة زيادة التنافس بين المعلنين في عرض السلع والخدمات، كالاعلانات على الطرق والاعلانات على المباني وواجهات البنايات والاشارات الضوئية، وتختلف الجهة التي تمنح الاذن بحسب وسيلة الاعلان فالاعلانات على الطرق مثلاً لا يمكن ممارستها الا بعد الاذن بتحديد هذا المكان من قبل الهيئة العامة للطرق والجسور^(٢)، وكذلك الاعلانات عبر الانترنت بأنواعها المختلفة فيجب ان لا توضع في أي مكان إلا بعد الإذن من قبل مورد المحتوى^(٣)، وكذلك الاعلانات الصحفية فهي توضع في صفحات محددة خاصة بالاعلانات في الصحيفة ولا تتجاوز نسبة محددة من حجم الصحيفة^(٤).

أما بخصوص الاعلانات الحكومية فيختلف موقف التشريعات بالنسبة للإذن بوضعها، فبالنسبة للمشرع العراقي فأن قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان حدد جهة مختصة بنشر اعلانات الدوائر سواء كانت رسمية أو شبه رسمية أو مؤسسات القطاع العام وهي من تتولى اختيار الأماكن والأوقات والوسائل لذلك وهي وزارة الثقافة والاعلام^(٥) ومارست الوزارة ذلك الاختصاص منذ صدور قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان عام ١٩٧١ لحين تأسيس الدار الوطنية للنشر والتوزيع والاعلان بموجب قانون الدار الوطنية للنشر والتوزيع

(١) امير زهير عبد الامير، حماية المستهلك من اضرار الدعاية الكاذبة دراسة مقارنة ، دار الجامعة الجديدة ، الاسكندرية ، ٢٠١٩ ، ص ٣٠٧.

(٢) البند (أ) من الفقرة (خامساً) من المادة (١٢) من قانون الطرق العامة العراقي رقم (٣٥) لسنة ٢٠٠٢ المعدل، والمادة (٣) من قانون تنظيم الاعلانات على الطرق العامة المصري.

(٣) ان مورد المحتوى أو مورد المضمون هو الشخص المسؤول على الموقع أو منظم الموقع ويكون مسؤول عن منح الاذن للوسطاء والاشخاص بالبحث على الموقع للمزيد ينظر د. شريف محمد غنام، التنظيم القانوني للاعلانات التجارية عبر الانترنت ، دار الجامعة الجديدة ، الاسكندرية ، ٢٠١١ ، ص ١٤٢.

(٤) د. محمد الامين ابو هجار ، الاعلانات الصحفية والمسؤولية الجنائية ، ط١ ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة، ٢٠١١ ، ص ٧.

(٥) المادة (٥) من قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان العراقي .

والاعلان سنة ١٩٧٢ واستمرت الدار بعملها لحين صدور قرار بإلغائها^(١)، وتأسيس الشركة الوطنية للتوزيع والنشر بدلاً عنها، وجاء قانون هذه الشركة بصلاحيات خالية من مهمة الاعلانات الحكومية واختيار اماكنها^(٢) لذا يتضح انه لا يوجد حالياً نص يحدد الجهة التي تنظم وضع الاعلانات الحكومية في العراق^(٣). ونقترح ان يتم الغاء الفقرة (٢) من المادة (٥) من قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان التي تنص (٢ - تلتزم الدوائر الرسمية وشبه الرسمية ومؤسسات القطاع العام بنشر اعلاناتها عن طريق الوزارة بالنسبة لجميع وسائل الاعلان داخل العراق وخارجه) وذلك بسبب الغاء الدار الوطنية للنشر والتوزيع والاعلان.

أما المشرع المصري فعلى الرغم من أنه استثنى الاعلانات الحكومية من الحصول على الترخيص في قانون تنظيم الاعلانات على الطرق العامة بنصه الاتي " يعفى من الحصول على ترخيص بالاعلان أو اللافتة في الحالات الاتية : ٢- الاعلانات والبلاغات والنشرات وغيرها الصادرة من السلطة العامة أو التي يقضي بها القانون"^(٤)، ألا إنه في الفقرة الاخيرة من ذات المادة نص على "وفي جميع الاحوال يتعين الالتزام عند وضع الاعلان أو اللافتة بالضوابط والشروط التي يصدرها الجهاز وفي حالة مخالفة هذه الضوابط أو الشروط يتعين ازالة الاعلان أو اللافتة واعادة الحالة الى ما كانت عليه خلال المدة التي تحددها الجهة " وبذلك نستنتج انه على الرغم من النص على استثناء الاعلانات الحكومية من الترخيص إلا أن ذلك لا يعني عدم الالتزام بمكان وضع تلك الاعلانات فهو يخضع للضوابط والشروط التي يضعها الجهاز^(٥).

(١) المادة (أولاً) من قرار مجلس قيادة الثورة (المنحل) الغاء الدار الوطنية للنشر والتوزيع والاعلام العراقي المرقم ٢٩٤ لسنة ١٩٩١.

(٢) المادة (ثانياً) من قرار مجلس قيادة الثورة (المنحل) الغاء الدار الوطنية للتوزيع والاعلام العراقي.

(٣) تم اجراء زيارات ميدانية لعدد من الوزارات والمؤسسات الرسمية والدوائر الحكومية من قبل الباحث لبيان الية الاعلانات الحكومية واماكن وضع الاعلانات وكانت نتائج الزيارة الاتي: بعد الانتقال الى وزارة الثقافة العراقية وهيأة الاعلام والاتصالات العراقية وجامعة القادسية قسم العقود الحكومية ودائرة التنفيذ في الديوانية ومحافطة الديوانية قسم العقود الحكومية ومديرية بلدية الديوانية وهيأة الاستثمار في الديوانية تبين انه لا توجد اي الية ثابتة لوضع الاعلانات في بعض المؤسسات الحكومية تصدر الاعلانات على الموقع الالكتروني أو على قطعة قماش موضوعة على السياج الخارجي للمؤسسة أو الدائرة والبعض يكتفي بتعليق اعلانات ورقية في لوحة الاعلانات سواء على شكل كتاب رسمي أو بدون رقم صادر فقط توقيع لمصدر الاعلان أو بدون لا رقم صادر ولا توقيع وان جميع هذه الصور لا تتعلق بموضوع الجريمة إلا أن ما يتعلق بموضوع هذه الجريمة هو بعض الاعلانات التي توضع على الطريق أو في الأماكن العامة كالتي تضعها هيأة الاستثمار ومديريات البلدية أو الجهات المشرفة على المهرجانات والفعاليات والنشاطات الرياضية والثقافية حيث يتم وضع اعلانات في اماكن مختلفة وبصورة غير منتظمة وبدون اي ترخيص .

(٤) الفقرة (٢) من المادة (٧) من قانون تنظيم الاعلانات على الطرق العامة المصري .

(٥) المادة (١) من قانون تنظيم الاعلانات على الطرق العامة المصري عرفت الجهاز بأنه " الجهاز القومي لتنظيم الاعلانات على الطرق العامة".

أما المشرع الجزائري فأن الوكالة الوطنية للنشر والاشهار تتولى كل ما يتعلق بوضع الاعلانات الحكومية وغير الحكومية^(١) وهذه الوكالة جهة حكومية ذات شخصية معنوية مهمتها تنظيم كل ما يتعلق بالاعلانات.

الفرع الثاني

الضوابط الموضوعية للاعلانات المنشئة للمسؤولية الجزائية في حال مخالفتها

هنالك عدة ضوابط موضوعية لابد من توافرها في الاعلانات، تتمثل بأن يكون مضمون المادة الاعلانية خالياً من التجاوز على المبتكرات والمصنفات المحمية ، وإن لا يكون مضمون المادة الاعلانية مخللاً بالحياء أو الآداب العامة، وإن تكون الاعلانات محلية، وإن تحتوي على البيانات الجوهرية والخصائص الاساسية وسوف نتناولها تباعاً:

اولاً : أن يكون مضمون المادة الاعلانية خالياً من التجاوز على المبتكرات والمصنفات المحمية

إن مضمون المادة الاعلانية يجب أن يكون خالياً من التجاوز على المبتكرات الاعلانية أو التجاوز على الاسم أو الصورة الشخصية للآخرين ، فمكاتب الاعلانات تقوم بالعديد من الابتكارات الاعلانية في اثناء مزاولتها لنشاطها الاعلاني وهذا الأمر الذي يميزها في عملها ويجب أن تكون هذه الابتكارات أصيلة وغير متجاوزة على ابتكارات الآخرين، ولم يضع المشرع العراقي والتشريعات محل المقارنة تعريفاً للابتكار على الرغم من إقرارها لقوانين تحمي حق المؤلف وذكر فيها نماذج المصنفات المشمولة بالحماية^(٢) ، فالعمل الاعلاني لابد أن يتمتع بالأصالة والطابع الشخصي لمؤلفه^(٣) ، فالمؤلف يبذل جهداً ذهنياً في مؤلفه بحيث يضيف عليه طابعه الشخصي ويكون نابغ عن ملكاته، وبالتالي لا يمكن لأحد أن يعتدي على هذه الابتكارات فمن مظاهر الحق الأدبي هو حق تقرير النشر أو ما يسمى الحق في التوزيع الأول^(٤) وكذلك الحق في نسبة المادة الاعلانية لمؤلفها^(٥)، إلا أن الاعلانات قد تتضمن مخالفة لضوابط الاعلانات الماسة بالمصنفات المحمية بقانون حماية حق المؤلف سواء كانت مكتوبة أو فوتوغرافية أو معزوفة موسيقية أو مقاطع مسرحية

(١) المادة (١) من قانون الشركة الوطنية للنشر والاشهار الجزائري.

(٢) المادة (٢) من قانون حماية حق المؤلف العراقي رقم ٣ لسنة ١٩٧١ (المعدل) والمادة (٢) من قانون حقوق الملكية الفكرية المصري رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ (المعدل) ، والمادة (٤) من قانون حقوق المؤلف والحقوق المجاورة الجزائري رقم ٩٧-١٠ لسنة ١٩٩٧.

(٣) د. عبد المنعم فرج الصد ، حق الملكية ، ط٢ ، مطبعة مصطفى الحلبي ، القاهرة ، ١٩٦٧ ، ص ٢٠٤ .

(٤) د. عبد الفتاح بيومي حجازي، حقوق لمؤلف في القانون المقارن، ط١، منشأة المعارف، الاسكندرية، ٢٠٠٩ ، ص٩٣.

(٥) المادة (١٠) من قانون حماية حق المؤلف العراقي ، والفقرة (ثانياً) من المادة (١٤٣) من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري ، والمادة (٢١) من قانون حقوق المؤلف والحقوق المجاورة الجزائري.

أو الرسوم أو التصوير بالخطوط أو بالألوان أو النحت أو الحفر أو العمارة التي للمؤلف وحده حق تقرير نشرها والانتفاع منها ولا يجوز للغير مباشرة هذا الحق دون إذن سابق منه^(١).

إلا أن العديد من الاعلانات تستخدم مصنفات دون اذن صاحبها ، أو إن تكون الاعلانات ماسة بحقوق أخرى محمية بموجب قوانين خاصة ، فلم تعد الاعلانات تقتصر على الكلمات والعبارات ، بل أغلبها يتضمن صوراً ومقاطع فيديو وأصوات وعبارات .

أما إذا كانت الاعلانات ليس فيها ابتكار معين كترديد لأفكار أو اعلانات سابقة ، فلا تعد ابتكاراً ولا تشمل بالحماية القانونية للمصنفات ، ولا يشترط في الابتكارات في الاعلانات أن تتخذ شكلاً واحداً فهي قد تكون في الاعلانات المطبوعة كالاعلانات الثابتة أو الاعلانات الصوتية كاعلانات المذياع أو تتضمن صورة وصوتاً كاعلانات التلفاز ، عليه فالابتكارات الاعلانية تعد مشمولة بالحماية المقررة للمؤلف ولصاحب هذه المبتكرات وحده تقرير مصيرها ولا يحق لأي شخص استغلالها أو الاستفادة منها إلا في الاحوال المنصوص عليها^(٢) ، وعليه اذا كان هنالك اخلال بحق المبتكر على المصنف فإنه فضلاً عن كونه يعد مخالفة للشروط الموضوعية للاعلانات ، فهو مخالفة لقوانين الملكية الفكرية^(٣) وحق المؤلف التي تفرض بموجبها جزاءات لمن يخالف احكامها^(٤) .

فضلاً عن ذلك فإنه لا يتضمن الاعلان تجاوز على الحياة الخاصة للأخرين من صور شخصية وأسماء، حيث ان التقدم التكنولوجي أتاح الاطلاع على صور و أسماء بعض الأفراد دون علمهم ، إلا أن ذلك لا يعني إباحة استخدام تلك الصور والاسماء من قبل الغير سواء في الاعلانات أم غيرها ، فلا يمكن الاعتداء على صورة شخص ما في الاعلان سواء باستخدام صورة شخص بدون رضاه أو إضافة مونتاج أو تعديل في الصورة التي أخذت برضا صاحبها إذ جرمت التشريعات محل المقارنة ذلك^(٥)، كما أن قانون الاسماء التجارية العراقي قد أعطى الحق لمالك الاسم التجاري اقامة الدعوى لمن اتخذ اسماً تجارياً خلاف

(١) المادة (٧) قانون حماية حق المؤلف العراقي والمادة (١٠) من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري، والمادة (٦٢) من قانون حقوق المؤلف والحقوق المجاورة الجزائري.

(٢) المادة (٧) من قانون حماية حق المؤلف العراقي و نص المادة (١٠) من قانون حقوق الملكية الفكرية المصري .
(٣) تشمل الملكية المصنفات الادبية والفنية و الرسوم والنماذج الصناعية والاختراعات و العلامات والاسماء التجارية و الحماية من المنافسة غير المشروعة للمزيد ينظر د. علاء ابو الحسن اسماعيل العلاق و فائزة غني ناصر و مصطفى جاسم محمد ، الملكية الفكرية مصدر الابداع والابتكار، ط٢، مطابع المركز الوطني لحماية حق المؤلف والحقوق المجاورة، بغداد ، ٢٠١٤، ص ١٨ .

(٤) المادة (٤٥) من قانون حماية حق المؤلف العراقي، و المادة (٣٢) من قانون حقوق الملكية الفكرية المصري .
(٥) المادة (٤٣٨) من قانون العقوبات العراقي ، والبند (أ) من المادة (٣٠٩ مكرر) من قانون العقوبات المصري ، اما في قانون العقوبات الجزائري فقد كانت المادة (٣٩٠) تنص على ذات المضمون إلا أن المادة الغيت بعد صدور قانون الملكية الفكرية الجزائري ٠٣-٠٥ لسنة ٢٠٠٣ .

القانون ونص على معاقبته بعقوبة الغرامة^(١) ، وعلى الرغم من أن الصورة والاسم تمثل امتداداً لشخصية صاحبها ، مما يستلزم حمايتها من الأعتداء عليها الا إننا نرى أنه اذا تضمنت الاعلانات صوراً واسماء لشخصيات مشهورة أو عالمية، فلا يخل ذلك بضوابط الاعلان الموضوعية اذ لا يعد استخدامها مضملاً إذا كانت من الشهرة التي ينتفى معها الجهل بها كأن يوضع صورة لاعب كرة قدم مشهور على اعلانات تجارية لمشروبات طاقة أو اسم نادي رياضي على اعلان مسابقة رياضية، فشيوع تلك الاسماء أو الصور تكفي لمنع التضليل.

ثانياً : أن لا يكون مضمون المادة الاعلانية مضملاً بالحياء أو الآداب العامة.

إن حرية ممارسة العمل الاعلاني وتعدد وسائله لا يعد مبرراً للمساس بالحياء أو الآداب العامة^(٢)، لأن المساس بها يعدّ إخلالاً بقواعد المشروعية التي تقضي بأن لا يكون الاعلان ماساً بما هو محمي بنصوص القانون^(٣)، حيث يمثل الحياء أو الآداب العامة مجموعة من النظم الاجتماعية التي يعدّها أغلب الافراد من القواعد الإلزامية الواجب على كل فرد احترامها وإلا تُعرضُ للسخط العام ويكون مصدرها المثل الأعلى من الصنع الكريم والضمير الطاهر فهي وليدة المعتقدات والتقاليد والعادات المتأصلة في النفوس^(٤).

لذا فهناك عدة اعتبارات لهذا الضابط منها اعتبارات صحية تتمثل بأن هذه الاعلانات المخلة بالحياء أو الآداب العامة قد ينتج عنها اتصالاً جنسياً غير مشروع وما يترتب على ذلك من أمراض تناسلية تصدر ضرراً مباشراً بالأفراد فضلاً عما تحدثه من ضعف ووهن في النسل ممّا يلحق في النهاية بالدولة والمجتمع الضرر الكبير^(٥)، وقد تخل بالاعتبارات الاجتماعية والأخلاقية المتمثلة بالتمسك والمحافظة على القيم الأخلاقية والاجتماعية لما لها من تأثير كبير في الاتجاه إلى الانحراف والسلوك غير القويم^(٦)، هذا فضلاً

(١) المادة (٣٨) من قانون التجارة العراقي والفقرة (ب) من المادة (١٥) من قانون الاسماء التجارية المصري رقم ٩ لسنة ٢٠٠٦ ، اما القانون التجاري الجزائري فلم ينص على ذلك ، وكذلك فإن المادة (٤١) من القانون المدني العراقي (المعدل) رقم ٤٠ لسنة ١٩٥١ المعدل نصت على انه " لكل من نازعه غيره في استعمال لقبه بلا مبرر ولكل من انتحل الغير لقبه ان يطلب وقف هذا التعرض وان يطلب التعويض اذا لحقه ضرر من ذلك "

(٢) طاهر شوقي مؤمن ، شروط الاعلان التجاري عبر الانترنت ، مجلة معهد دبي القضائي، الامارات العربية ، مجلد ٣ ، العدد ٦ ، ٢٠١٥ ، ص ١٢٤ .

(٣) د. شيرزاد عزيز سلمان ، مصدر سابق ، ص ١٣٠ .

(٤) د. محمد علي عرفه، مبادئ العلوم القانونية، مكتبة عبد الله وهبة، القاهرة، ١٩٤٢ ص ٣٦ .

(٥) معوض عبد النواب، الموسوعة الشاملة في الجرائم المخلة بالآداب العامة وجرائم هناك العرض ، دار المطبوعات الجامعية ، الإسكندرية ١٩٨٣ ، ص ١٣ .

(٦) د. صالح مصطفي ، الجرائم الخلقية دراسة تحليلية مقارنة، دار المعارف الإسكندرية، ١٩٦٣، ص ٢٦٥ .

عن الاعتبارات الدينية التي تنهي عن المنكر والرذيلة وتدعو إلى التمسك بالأخلاق ونبذ الرذيلة، هذا فضلاً عن حماية الشعور العام مما يؤديه نتيجة الإخلال بالفضائل التي تعارف الناس على احترامها^(١). ويرى أحد الفقه أن مفردة الحياء ترادف الآداب العامة، لأنهما يمثلان مجموعة من القواعد اتبعها الناس وفقاً لنظام أدبي يتكون من العادات والعرف والتقاليد والدين، وهو ما يميز بين الحسن والقبح^(٢)، في حين يرى آخر أن الإخلال بالآداب العامة أوسع من الإخلال بالحياء، فهو يشمل كل الأفعال المنافية لحسن الأخلاق وكل ما يهدم قواعد الآداب المتعارف عليها^(٣).

ثالثاً: أن تكون الاعلانات محلية.

تقسم الاعلانات بحسب النطاق الجغرافي إلى اعلانات محلية واعلانات خارجية، فيكون نطاق الاعلانات المحلية داخل حدود الدولة سواء كامل الدولة أو محافظة واحدة أو أكثر أو اقليم أو أكثر ومثالها الاعلانات التجارية والحكومية والصحية، أما الاعلانات الخارجية (الدولية)، فهي تمتد خارج حدود الدولة كأعلانات شركات الهاتف النقال ومعارض الكتب الدولية و شركات الطيران^(٤)، إذ إن الاعلانات الدولية لا تعتد بالحدود السياسية للدولة ويمكن ارتكابها عن بعد بحيث من الممكن تصور ان تكون هنالك عدة دول مسرحاً للجريمة كما انها تثير العديد من الاشكالات فيما يتعلق بالقضاء المختص واقامة الدعاوى^(٥).

ففي العراق نص قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان على حصر أعمال الاعلان خارج العراق بجميع انواعها بوزارة الثقافة ومنعت مكاتب الاعلان من ممارسة نشاط الاعلانات خارج العراق^(٦) وتضمن حصر ممارسة جميع نشاطات الاعلانات خارج العراق بأنواعها المختلفة بوزارة الثقافة والاعلام^(٧)، وبعد صدور قانون الدار الوطنية للنشر والتوزيع والاعلان العراقية انيطت بها ثلاثة أنواع من الاعلانات وهي الاعلانات المحلية خارج العراق، والاعلانات الخارجية داخل العراق، واعلانات الدوائر الرسمية وشبه الرسمية

(١) عبد الوهاب بدرة، مصدر سابق، ص ٣٥٥.

(٢) د. عبد الرزاق السنهوري، الوجيز في شرح القانون المدني نظرية الالتزام بوجه عام، ج ١، دار النهضة العربية القاهرة، ١٩٦٦، ص ١٥.

(٣) احمد امين بيك، شرح قانون العقوبات الاهلي، ط ٣، مجلد ١، الدار العربية للموسوعات، بيروت، ١٩٨٢، ص ١٦٣.

(٤) د. حسين فتحي عثمان، مصدر سابق، ص ١٣١.

(٥) د. محمد عبد الشافي اسماعيل، الاعلانات التجارية الخادعة ومدى الحماية التي يكفلها المشرع الجنائي للمستهلك، ط ١، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٩، ص ١٣١، وعبد الاله النواينه وبليدي تواتي، السلوك الاجرامي في الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الاعلام والاتصالات، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، ٢٠٢٠، ص ١١.

(٦) المادة (٥) من قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان العراقي،

(٧) الفقرة (١) من المادة (٥) من قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان العراقي.

ومؤسسات القطاع العام^(١) وكان تأسيسها يعد انعطافاً تنظيمياً في مجال الاعلانات في العراق لأنها جعلت الدولة بما لها من امكانات مالية وتنظيمية وفنية طرف في الاعلانات^(٢) إلا أن المشرع استشعر خطورة حصر الاعلانات بوزارة الثقافة فألغى الدار الوطنية للنشر والتوزيع والاعلان^(٣) وأسس شركة مساهمة باسم الشركة الوطنية للتوزيع والنشر تكون بديلاً للدار الوطنية للتوزيع والاعلام إلا أن هذه الشركة لم تمنح الاختصاصات التي كانت تتولاها الدار الوطنية للنشر والتوزيع بل أنيط بها صلاحيات أخرى ليس من ضمنها الاعلانات خارج العراق سوى ما كان منها منشوراً في الصحف والدوريات^(٤) وعند الانتقال من قبل الباحث إلى وزارة الثقافة^(٥) تبين ان الشركة لا وجود لها وإن قانون وزارة الثقافة رقم (١٧) لسنة ٢٠٠١ لم ينص عليها ضمن تشكيلات الوزارة^(٦) ، وبذلك فلا يوجد أي جهة تتولى الاعلانات خارج العراق ونقترح الغاء النص الوارد في المادة (٥) من قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان العراقي وإن يسمح بممارسة الاعلانات خارج العراق من قبل مكاتب الاعلانات لا سيما بعد انتشار الاسواق الحرة الدولية ومعارض الكتب ومختلف النشاطات الدولية.

وبالنسبة لقانون تنظيم الاعلانات المصري فلم ينص على ذلك، أما في الجزائر فإن الاشهارات (الاعلانات) عموماً تصدر من جهة واحدة هي الوكالة الوطنية للنشر والاشهار وهي جهة حكومية تتولى كل ما يتعلق بالاعلانات المحلية والدولية^(٧).

وان موقف المشرع العراقي والجزائري ينسجم مع كون القواعد الجنائية تعد مظهراً من مظاهر سيادة الدولة على إقليمها، فبها تستطيع ان تخاطب الأفراد الموجودين على إقليمها بمختلف جنسياتهم ، وبها تستطيع الدولة ملاحقة المجرمين وتعقبهم ومحاكمتهم ومعاقبتهم .

(١) المادة (٤) من قانون الدار الوطنية للنشر والتوزيع والاعلان العراقي رقم ١١٧ لسنة ١٩٧٢ (الملغي) ، وقد تم ذكر هذه المادة من القانون الملغي لان هذا القانون كان هو المعني بالاعلانات الخارجية بالداخل والاعلانات المحلية بالخارج والاعلانات الحكومية وبعد الغاء هذا القانون لم ينظم تشريعياً من يتولى هذه الاعلانات مما يتطلب التنظيم التشريعي لممارسة هذه الاعلانات .

(٢) د. سمير عبد الرزاق العبدلي ، الترويج والاعلان ، دار الكتب للطباعة والنشر ، الموصل ، ١٩٩٣ ، ص ٢٢٤ .

(٣) المادة (اولاً) من قرار مجلس قيادة الثورة المنحل المرقم ٢٩٤ في ٨/٢٢ / ١٩٩١ نصت على " تلغى الدار الوطنية للتوزيع والاعلان المشكلة بموجب القانون ذي الرقم (١١٧) لسنة ١٩٧٢ المعدل"

(٤) نصت المادة(اولاً) من قرار مجلس قيادة الثورة المنحل المرقم ٢٩٤ في ٨/٢٢ / ١٩٩١ على " تؤسس شركة مساهمة مختلطة باسم الشركة الوطنية للتوزيع والنشر تقوم بنشر واستيراد وتوزيع الصحف والدوريات والكتب داخل القطر وخارجه"

(٥) تم الانتقال الى وزارة الثقافة العراقية بتاريخ ٢٠١٢/٦/١٣ وتم الاستفسار عن الشركة الوطنية للتوزيع والنشر وبين السيد (مدير قسم الاعلام والاتصالات في مقر الوزارة) بأنه لا يوجد اي تشكيل في الوزارة باسم الشركة الوطنية للتوزيع والنشر .

(٦) المادة (٥) من قانون وزارة الثقافة العراقي رقم ١٧ لسنة ٢٠٠١ المعدل .

(٧) المادة (١) من قانون الوكالة الوطنية للنشر والاشهار الجزائرية ، وبنفس المضمون المادة (٣٨) من قانون حقوق المؤلف والحقوق المجاورة الجزائري .

رابعاً: أن تحتوي الاعلانات على البيانات الجوهرية والخصائص الأساسية.

يعد المحتوى الجزء المهم في الاعلانات ، فقد الزم قانون حماية المستهلك العراقي المعلن بذكر مواصفات وخصائص ومكونات المعلن عنه وحسب طبيعة الشيء المعلن عنه سواء كان خدمة معينة أم سلعة أو منتج معين إذ نصت الفقرة (اولاً) من المادة (٧) من قانون حماية المستهلك العراقي . " يلزم المجهز والمعلن بما يأتي: أولاً : التأكد من تثبيت البيانات والمواصفات والمكونات الكاملة للمنتج وخاصة بدء وانتهاء الصلاحية وبلد المنشأ قبل طرحها في السوق أو قبل إجراء عملية البيع أو الشراء أو الإعلان عنها" ، ويجب أن تكون محتويات الاعلانات خالية من التضليل للأفراد، كما يجب ان تشتمل الاعلانات بعض المحتويات الأساسية للمعلن عنه فالمشعر العراقي لم ينص صراحة على ذلك في قانون حماية المستهلك إلا إنه يستفاد ضمناً من عبارة " يلتزم المورد بإعلام المستهلك بجميع البيانات الجوهرية عن المنتجات، وعلى الأخص مصدر المنتج وثمانه وصفاته وخصائصه الأساسية، وأي بيانات أخرى تحددها اللائحة التنفيذية لهذا القانون بحسب طبيعة المنتج. " الواردة في المادة (٤) من قانون حماية المستهلك العراقي ، فضلاً عن ذلك المادة (٩) منه حضرت على المعلن تجنب أي سلوك خادع بنصها على أن" يلتزم المورد أو المعلن بتجنب أي سلوك خادع، وذلك متى انصب هذا السلوك على أي عنصر من العناصر الآتية:١- طبيعة السلعة أو صفاتها الجوهرية أو العناصر التي تتكون منها أو كميتها.٢- مصدر السلعة أو وزنها أو حجمها أو طريقة صنعها أو تاريخ إنتاجها أو تاريخ صلاحيتها أو شروط استعمالها....."، في حين اشترط قانون العلامات التجارية أن يكون الاعلان عن البيانات التجارية مطابقاً للحقيقة وواقعياً من جميع الوجوه سواء كان موضوعاً على البضاعة نفسها أم على المحلات أم المخازن أم على عناوينها أم على الاغلفة أم القوائم أم الاعلان أم غير ذلك مما يستعمل في العرض على الجمهور^(١) ، وكذلك قانون الجهاز المركزي للتقييس والسيطرة النوعية فقد اشترط على جميع المنتجين تثبيت اسمائهم والبيانات الخاصة بمنتجاتهم على السلع^(٢).

أما المشرع المصري فقد اشترط قانون حماية المستهلك المصري أن تحتوي الاعلانات على البيانات الجوهرية والخصائص الأساسية للشيء المعلن عنه وعلى الاخص صفاته فقد نصت المادة (٤) على أن " يلتزم المورد بإعلام المستهلك بجميع البيانات الجوهرية عن المنتجات، وبخاصة مصدر المنتج وثمانه وصفاته وخصائصه الأساسية، وأي بيانات أخرى تحددها اللائحة التنفيذية لهذا القانون بحسب طبيعة المنتج"^(٣).

(١) المادة (٣٢) من قانون العلامات التجارية العراقي.

(٢) الفقرة (ثامناً) من المادة (١١) من قانون الجهاز المركزي للتقييس والسيطرة النوعية العراقي.

(٣) المادة (٤) من قانون حماية المستهلك المصري ، والمادة (٧) من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك المصري.

كما أكد القانون على تجنب كل المحتويات التي تؤدي لخلق انطباع غير حقيقي لدى المستهلك في المادة (٦) التي نصت على " وتجنب المورد والمعلن عن كل ما يؤدي الى خلق انطباع غير حقيقي ٠٠٠٠ لدى المستهلك أو وقوعه في خلط أو غلط " (١) .

أما المشرع الجزائري فقد اشترط أن يتم إعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج في المادة (١٧) من قانون حماية المستهلك وقمع الغش بنصها على أن "يتعين على كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات ان يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة " (٢) وعدّ أي خلل في محتويات الاعلان عن المنتجات من حيث الكمية أو التاريخ أو طرق الاستعمال خداعاً للمستهلك.

وإن معرفة فيما اذا كانت محتويات الاعلانات فيها غش من عدمه يتطلب معرفة المعيار الذي يتم الاستناد عليه فالأصل أن محتويات الاعلانات تتضمن مدحاً للخدمات والسلع المعلن عنها وتحتوي عبارات من شأنها تضخيم مواصفات هذه السلع والخدمات بهدف الاثارة والتشويق (٣) إلا أن هذا التضخيم في ذكر المحتويات يجب أن لا يخرج عن نطاق المألوف عن جوهر الاعلانات (٤)، وهناك معياران للتمييز بهذا الصدد هما المعيار الشخصي والمعياري الموضوعي ، فبالنسبة للمعيار الشخصي لمحتويات الاعلان، فإنه يقوم على الاعتراف بشخص المعلن اليه وبيان هل إن المحتويات التي يجب أن تتوافر في الاعلان بالنظر لكل حالة بصورة مستقلة مع الأخذ بدرجة يقضة الموجه له الاعلان والدرجة التي لا يقع فيها بالتضليل ، فمن وجه له الاعلان قد يكون شديد الفطنة وعلى درجة كبيرة من الفطنة وبالتالي، فإن اغفال ذكر بعض المحتويات لا يؤثر على مضمون الاعلان لديه وبعضهم الاخر قد يكون دون مستوى الفطنة والذكاء، فيكون اغفال ذكر بعض محتويات الاعلان لديه مضللاً له (٥)، وقد انتقد هذا المعيار لعدم انضباطه فهو يقوم على أساس البحث في شخص من وجه اليه الاعلان وهو امر خفي (٦).

(١) المادة (٦) من قانون حماية المستهلك المصري.

(٢) وبنفس المعنى جاءت المادة (١٨) من مشروع قانون الاشهار الجزائري لسنة ١٩٩٩ .

(٣) د. ذكري محمد حسين ، الكذب المشروع في الاعلان التجاري ، مجلة المحقق الحلي للعلوم القانونية والسياسية ، جامعة بابل ، العدد ١ ، لسنة ٤ ، ٢٠١٢ ، ص ٢١٣ .

(٤) د. احمد السعيد الزقرد ، الحماية القانونية من الخداع الاعلاني في القانون الكويتي والمقارن ، مصدر سابق ، ص ١٧٨

(٥) د. مصطفى احمد ابو عمرو ، السبب غير الصحيح بين نظريتي السبب وعيوب الارادة ، دار الجامعة الجديدة ، الاسكندرية ، ٢٠١٦ ، ص ١١٤ .

(٦) د. احمد ابراهيم عطية ، مصدر سابق ، ص ٣٣٢

أما المعيار الموضوعي لمحتويات الاعلان، فيقوم هذا المعيار على الاعتداد بمتوسط الذكاء والانتباه لمن وجه إليهم الاعلان^(١) ولا يعتد بالتمييز بين شخص وآخر مهما كان التفاوت في درجة الذكاء والانتباه، إذ يستوي أي شخص وجه إليه الاعلان، فيعد الاعلان مشتملا على محتوياته كافة إذا كان واضحاً للمعلن إليه المعتاد .

ويتسم المعيار الموضوعي بالدقة والانضباط ، فهو لا يختلف في تطبيقه من شخص لآخر ، وإنما هو معيار واحد لذلك يسهل على القاضي تطبيقه والحكم على الواقعة المعروضة أمامه بمجرد تقويم أفعال الشخص وتصرفاته وما أتى به من سلوك بالمقارنة مع ما كان مفترضاً إن يأتي به الشخص العادي فيما لو وجد مكانه ، بمعنى انه في هذا المعيار ينظر إلى الشخص الموجه اليه نفسه فإذا أردنا معرفة اشتمال الاعلان على محتوياته من عدمه ينظر إلى شخص المتلقي بما لديه من مؤهلات وخبره شخصيه ودرجة دراية وحذر، أي يجب على القاضي عند تقديره ان يأخذ بعين الاعتبار درجة الانتباه والفكر لطائفة الموجه لهم الاعلان المعتادين لبحث فهمهم للاعلان ، وإن محتوى الاعلان قد يتضمن بعض المبالغة إلا أن ذلك لا يؤثر عليه اذا كانت تلك المبالغة لا تؤثر على متوسط انتباه المعلن اليه وكان بمقدوره التأكد من محتواها أو اذا كانت لا تخل برضا المعلن إليه بها^(٢) .

وتأسيساً على ما تقدم يتضح ان المعيار راجع للسلطة التقديرية للقاضي، فهو يستطيع الأخذ بأحد المعيارين أو كليهما حسب طبيعة الاعلانات ، إذ إن طبيعة الاعلانات ولاسيما التجارية منها تقوم على عنصر الاثارة والجدب ، فالمعلن في سبيل تحقيق هذا الشيء يلجأ الى المبالغة ، إلا أن هنالك فاصلاً بسيطاً جدا بين الاثارة والترغيب المشروعين وبين الغش والتضليل غير المشروع، وهو يختلف من اعلان لآخر ومن شخص لآخر ولا يوجد أي قانون يمكنه تحديد هذا الفاصل ، إذ إنه من المقبول أن يتضمن الإعلان درجة معينة من المبالغة عند اظهار مزايا المنتج المعلن عنه ، ولكن هذه الدرجة محددة بعدم تجاوز هذا الكذب للغاية التي سمح بوجوده في الاعلان^(٣) أي لا يتجاوز هذا الكذب مجرد الاثارة والترغيب ومن ثم فان الكذب يصبح غير مشروع في حال خداع المعلن اليه أو يجعل الاعلان غامضاً أو مبهماً^(٤).

(١) د. فنيحة محمد قوراري ، الحماية الجنائية للمستهلك من الاعلانات المضللة ، دراسة في القانون الاماراتي والمقارن، مجلة الحقوق الكويتية ، جامعة الكويت، المجلد ٣٣ ، العدد ٣ ، ٢٠٠٩ ، ص ٢٧٦
 (٢) د. محمد عبد الشافي اسماعيل ، مصدر سابق ، ص ٩٦ .
 (٣) د. فريد حاتم الشحف ، مصدر سابق ، ص ٧٨ .
 (٤) د. محمد عبد الشافي اسماعيل، مصدر سابق، ص ٨١ .

الفصل الثاني

بعض الجرائم المخالفة للمضوابط الشكلية للإعلانات

بعد أن توسع استعمال الإعلانات في الشوارع والمدن والأماكن الخارجية وأصبح توجه الجمهور شبه محتوم بالاطلاع عليها حيث لا يستطيع احد تلافي مشاهدتها، ونتيجة لانتشارها الكبير والمتامي في المدن الحديثة مما حوّلها أيضاً إلى قضية جمالية وبيئية تشغل المسؤولين عن البلديات وتنظيم المدن ، فالإعلانات تشكل جزءاً أساسياً من نسيج المدن الحديثة، ولا يتوقف ذلك على الاعلانات الثابتة ورسوم الجدران والأرضيات فحسب بل إن التقنيات المعاصرة للإعلانات جعلت من الممكن تحويل السيارات والقطارات والشاحنات والحافلات والطائرات إلى لوحات إعلانية متحركة ، وكذلك فإن الشركات الإعلانية وسّعت طبيعة عملها إلى الأرصفة والشوارع ونوافذ الابنية ووسائل النقل ، وهذا ما يشير إلى أن ظاهرة الإعلانات تغطي كل مكان ومن الصعب إيجاد أي مساحة فارغة لا تشغلها الإعلانات ، بل إن عدم استغلال المساحات أصبح يعدّ نوعاً من إضاعة الفرص لتحقيق الربح.

إن سياسية التنافس غير المشروع والمصالح الفردية تدفع بعض المعلنين إلى وضع اعلاناتهم في بعض المحلات أو الاماكن بدون إذن من الجهة المختصة بوضع تلك الاعلانات، وبمختلف الأساليب والوسائل بهدف إيصال رسالتها للمتلقي ولفت انتباهه خلال بضع دقائق أو في أثناء مروره على طريق عام، من خلال استعمال بعض الكلمات أو بعض الصور أو مقاطع الفيديو أو الرموز بألوان متناسقة وإيحاءات تجذب المتلقي بانقضاء الاماكن التي تحقق الغاية منها ، وأكثر ما ترتكب هذه الأفعال في الاعلانات على الطرق العامة سواء من خلال وضع اللوحات الإعلانية الثابتة أو الملصقات أو شاشات العرض أو الاعلانات على أسبجة الأماكن العامة وإشارات المرور وأماكن الانتظار ومواقف الباصات والجسور وانفاق عبور المشاة وبوسائل وأماكن أخرى كثيرة يمكن استخدامها على وفق الابتكارات الجديدة ، مما يثير

المسؤولية بحق من وضع تلك الاعلانات المخالفة لضابطاً من الضوابط الشكلية المتمثل بوضع الاعلانات في غير الأماكن المأذون بها والتي يجب ان يتم الالتزام بها اي كان نوع الاعلان أو وسيلته.

إن هذا التنوع والتعدد في سبل ووسائل ممارسة الاعلانات رافقه تأسيس عدد من مكاتب وشركات ووكالات الإعلانات بدون اجازة من الجهات المختصة، لذا دأبت أغلب التشريعات الى تنظيم اجراءات تأسيس مكاتب الاعلانات من خلال النص على اجراءات منح الاجازات لتلك المكاتب، للتحقق من مدى ملائمة نشاطاتها المختلفة للخطط الاقتصادية والاجتماعية في الدولة ومدى تحقيق سياستها، فلا بد أن يكون أي مشروع متلائم مع الواقع التجاري والاجتماعي لها، حيث ان تنظيم تأسيس المكاتب الاعلانية يعد صورة من صور الرقابة السابقة على ما يفرضه القانون من اجراءات لغرض تأمين سيطرة أجهزة الدولة المختلفة وهيمنتها على كافة مفاصلها ، إلا أن هذه التشريعات تفاوتت في تنظيم أحكام تأسيس مكاتب الاعلانات تبعاً لاختلاف الأحكام المنظمة لها من تشريع لآخر.

إن جرائم مخالفة الضوابط الشكلية للاعلانات متعددة ومتنوعة ولا يمكن تناولها جميعاً لذا فأنا سنقتصر على دراسة جريمتين فقط معتمدين في ذلك على شيوعهما واهميتها من وجهة نظر الباحث وذلك لمساسها بحق الدولة بتنظيم مختلف النشاطات بما يحقق المصلحة العامة وحققها بالحصول على الرسوم لقاء تنظيم تلك النشاطات، وعليه سنقسم هذا الفصل على مبحثين نخصص المبحث الأول لجريمة وضع الاعلانات في غير المحلات المأذون بها ، ونفرد المبحث الثاني لجريمة تأسيس مكتب إعلانات بدون إجازة.

المبحث الأول

جريمة وضع الاعلانات في غير المحلات المأذون بها

لم تعرف التشريعات محل الدراسة جريمة وضع الاعلانات في غير المحلات المأذون بها واكتفت بمعالجة احكامها وهو مسلك أغلب التشريعات لصعوبة وضع تعريف جامع مانع لها، فقانون العقوبات العراقي عالجها في الباب الأول المخالفات- المتعلقة بالطرق العامة والأماكن المخصصة للمنفعة العامة- من الكتاب الرابع -المخالفات - في المادة (٤٩٢) من قانون العقوبات التي نصت على أن " يعاقب بغرامة لا تزيد على عشرة دنائير^(١) ، من وضع اعلاناً في غير المحلات المأذون بوضع الاعلانات فيها" ، كما ان قانون الطرق العامة العراقي منع وضع الاعلانات على محرمات الطرق الا بموافقات تحريرية^(٢)، في حين منع قانون المرور العراقي وضع الاعلانات على زجاج السيارات^(٣) وحددت تلك القوانين عقوبات لتلك الافعال.

أما المشرع المصري فقد نص قانون الطرق العامة المصري في الفقرة (٢) من المادة (١٣) على أن " يعاقب بالحبس مدة لا تزيد على شهر وبغرامة لا تتجاوز عشرة جنيهات او بإحدى هاتين العقوبتين كل من

(١) عدل مبلغ الغرامات بموجب القانون رقم (٦) لسنة ٢٠٠٨ للمزيد ينظر الهامش رقم (١) من الصفحة (٢٤) من الاطروحة.

(٢) الفقرة (اولاً) من المادة(٨) من قانون الطرق العامة العراقي رقم (٣٥) لسنة ٢٠٠٢ نصت " لا يجوز ٠٠٠٠٠ او تثبيت وسائل الدعاية والاعلان او اجراء اي تصرف اخر ضمن حدود المحرمات من اية جهة كانت الا بموافقة تحريرية من الهيئة"، ويقتصر هذا النص على الاعلانات الثابتة الموضوعة على الطرق حيث منع النص تثبيت وسائل الدعاية والاعلان او اجراء اي تصرف ضمن حدود المحرمات من اية جهة كانت الا بموافقة تحريرية من الهيئة العامة للطرق والجسور كما ان البند (أ) من الفقرة (خامساً) من المادة (١٢) من القانون ذاته حدد عقوبة الحبس مدة لا تقل عن ثلاثة اشهر ولا تزيد عن سنة وغرامة لا تقل عن (٥٠٠٠٠) خمسين الف دينار ولا تزيد عن (٢٥٠٠٠٠) مئتين وخمسين الف دينار او بإحدى هاتين العقوبتين لمن يثبت وسائل الدعاية والاعلان ضمن حدود المحرمات بدون موافقة تحريرية من الهيئة.

(٣) البند (ي) من الفقرة (ثالثاً) من المادة (٢٥) من قانون المرور العراقي رقم (٨) لسنة ٢٠١٩ نصت على أن "ثالثاً: يعاقب بغرامة مقدارها (٥٠٠٠٠٠) خمسون الف دينار كل من ارتكب فعلاً من الافعال الاتية :- ي - وضع ملصقات الزينة والاعلان او الكتابة او الرسم على زجاج العجلة الامامي والخلفي".

يتعدى على الطرق العامة بإحدى الطرق الاتية: ٢٠٠٠-٢- وضع أو انشاء أو استبدال لافتات أو اعلانات بدون ترخيص من الجهة المشرفة على الطريق"، كما جرم قانون تنظيم الاعلانات على الطرق العامة وضع الاعلانات على الطرق العامة بدون ترخيص^(١)، وكذلك فإن اللائحة التنفيذية لقانون المرور منعت وضع الاعلانات بشكل يؤدي الى حدوث ارتباك مع علامات المرور^(٢).

وفيما يتعلق بالمشرع الجزائري فإن قانون العقوبات لم ينص صراحة على هذه الجريمة إلا إنه جرم وضع كل ما من شأنه أن يمنع أو ينقص من حرية المرور أو تجعل المرور غير مأمون^(٣).

يتضح مما تقدم إن التشريعات استعملت مصطلح موحد وهو (الوضع) ، إلا إن التشريع العراقي والمصري يختلفان في عبارة "المأذون بوضع الاعلانات فيها" التي استعملها المشرع العراقي، وعبارة "بدون ترخيص" التي استعملها المشرع المصري ولبيان اي من العبارتين ادق من حيث الاذن او الترخيص يجب الرجوع الى المعنى اللغوي، فالاذن لغة يعني: أذِنَ بِالشَّيْءِ عِلْمٌ بِهِ كَقَوْلِهِ تَعَالَى "فَأَذْنُوا بِحَرْبٍ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ"^(٤)، أو يعني أباح له وسمح كقوله تعالى "فَلَا تَدْخُلُوهَا حَتَّى يُؤْذَنَ لَكُمْ"^(٥) أي كونوا على علم بها "ويقال أذِنَ فلانٌ لفلانٍ بفعل كذا: سمح له بفعله ، ويقال: أذِنْتُ لفلانٍ في أمر كذا وكذا أذِنُ له إذناً^(٦)، أما الترخيص : اسم مصدر رَخَّصَ والرَّخِصُ: الشَّيْءُ النَّاعِمُ اللَّيِّنُ، والرَّخِصُ: ضِدُّ العَلَاءِ، وَأَرخَصَهُ: جَعَلَهُ

(١) نصت المادة (٣) من قانون تنظيم الاعلانات على الطرق العامة على أن "لا يجوز وضع اعلان أو لافتة الا بعد الحصول على ترخيص بذلك من الجهة المختصة..."

(٢) نصت المادة (١٢٢) من اللائحة التنفيذية لقانون المرور المصري الصادر بقرار وزير الداخلية المرقم ١٦١٣ لسنة ٢٠٠٨ على أن " لا يجوز تركيب اية لوحات أو اعلانات أو اجهزة من شأنها ان تؤدي الى حدوث ارتباك مع مدلول علامات المرور أو اجهزة المرور الأخرى أو يكون من شأنها ان تجعل هذه العلامات أو الاجهزة أقل وضوحا أو فاعلية ."

(٣) نصت المادة (٤٤٤/مكرر) من قانون العقوبات الجزائري على أن " يعاقب بغرامة من ١٠٠ إلى ١٠٠٠ دج كما يجوز أن يعاقب بالحبس من عشرة أيام إلى شهرين كل من يعيق الطريق العام بأن يضع أو يترك فيها دون ضرورة مواد أو أشياء كيفما كانت من شأنها أن تمنع أو تنقص من حرية المرور أو تجعل المرور غير مأمون" وبذلك فالجريمة تعد مخالفة استناداً للمادة (٥) من ذات القانون.

(٤) سورة البقرة ، من الآية (٢٧٩).

(٥) سورة النور، من الآية (٢٨).

(٦) حارث سليمان الفاروقي، مصدر سابق ، ص ٨٩.

رَخِيصاً، وَرَخَّصَ لَهُ فِي الْأَمْرِ: أَدِنَ لَهُ فِيهِ بَعْدَ النَّهْيِ عَنْهُ، وَتَقُولُ: رَخَّصْتُ فُلَانًا فِي كَذَا وَكَذَا أَي: أَدِنْتُ لَهُ بَعْدَ نَهْيِي إِيَّاهُ عَنْهُ^(١) ، لذا يتضح أن استعمال المشرع العراقي لمصطلح الاذن هو الادق لغةً لأن الترخيص في اللغة يشترط ان يسبقه رفض في حين إن تقديم طلب لوضع اعلان ما بمحل أو بمكان معين لم يسبقه رفض لذلك الطلب.

وتأسيساً على ما تقدم سنبين أركان هذه الجريمة وعقوبتها في مطلبين دون التطرق الى الاحكام الاجرائية لخضوعها للمبادئ العامة .

المطلب الأول

أركان جريمة وضع الاعلانات في غير المحلات المأذون بها

تتشترك الجرائم في أركانها العامة اللازمة لوجودها فإذا انتفى احدها فلا وجود لتلك الجريمة، إلا أن هنالك بعض الجرائم لا يكفي لتحقيقها توافر أركانها العامة بل يشترط فيها وجود ركناً خاصاً بها يميزها عن غيرها من الجرائم^(٢)، ويمثل الركن الخاص عنصر يضاف الى الجريمة يحمي مصلحة قانونية جديدة ، قد يتمثل في زمان معين أو مكان أو صفة في الجاني أو المجني عليه^(٣)، وهو قد يسبق في وجوده قيام الجريمة أو يعاصر ارتكابها، وأن تخلف هذه المراكز يترتب عليه عدم وقوع الجريمة^(٤)، وجريمة وضع الاعلانات في غير المحلات المأذون بها لا تخرج عن ذلك، عليه سنتناول هذا المطلب بفرعين نتناول بالفرع الأول الركن الخاص في جريمة وضع الاعلانات في غير المحلات المأذون بها وفي الفرع الثاني الاركان العامة فيها.

(١) محمد بن مكرم بن علي أبو الفضل جمال الدين ابن منظور ، مصدر سابق ، ص ٨٤.

(٢) د. ماهر عبد شويش الدرّة ، الاحكام العامة في قانون العقوبات ، دار الحكمة للطباعة والنشر ، الموصل ، ١٩٩٠ ، ص ١٨٢ .

(٣) د . فخري عبد الرزاق الحديثي ، شرح قانون العقوبات، مصدر سابق ، ص ١٨.

(٤) د. عادل يوسف الشكري ، الشرط المفترض وموضعه في الانموذج القانوني للجريمة - دراسة تحليلية في البنية القانونية للجريمة ، مجلة الكوفة للعلوم القانونية والسياسية ، كلية القانون، جامعة الكوفة ، المجلد ١، العدد ٣٩، ٢٠١٩ ، ص ٣٢.

الفرع الأول

الركن الخاص المحلات غير المأذون بوضع الاعلانات فيها

تتطلب جريمة وضع الاعلانات في غير المحلات المأذون بها توافر ركن خاص يتمثل بمحل الجريمة الذي هو المحلات غير المأذون بوضع الاعلانات فيها ، وبما اننا تناولنا الاعلانات في الفصل الأول من هذه الاطروحة^(١)، سنكتفي بتناول المحلات التي يشكل وضع الاعلانات فيها جريمة منعاً للتكرار .

إن معنى مفردة المحلات يتفاوت في التشريعات محل الدراسة، فالمشرع العراقي استعمل مفردة المحلات بمعنيين، الأول أراد بها معنى الأماكن التي تستعمل للبيع والشراء بمختلف أنواعها سواء مطاعم أو مخازن أو افران أو محلات قصابة أو حمامات أو مسابح أو حوانيت المدارس والكلليات أو غيرها وتشمل أيضاً المعامل بمختلف أنواعها وكذلك كل محل خصص لتقديم الخدمات أو تحضير أو انتاج أو خزن المواد والسلع سواء كان المحل تابعاً للقطاع العام أو المختلط أو الخاص^(٢)، وبالمعنى نفسه ما ورد بقانون المنافسة ومنع الاحتكار عند تحديده مهام اللجان التابعة لمجلس شؤون المنافسة ومنع الاحتكار بالدخول الى المحلات التجارية والمكاتب لإجراء المعاينة او التفتيش^(٣) وكذلك ما جاء في قانون منع تشييد الصرائف والمحلات غير الصحية^(٤)، أما المعنى الثاني لمصطلح المحلات فيقصد به أماكن معينة كمحل الإقامة الوارد في قانون

(١) تم بحث كل ما يتعلق بالاعلانات في الصفحات (٤٤-٦٨) من هذه الاطروحة.

(٢) المادة (١) من التعليمات صادرة عن وزارة الصحة العراقية بشأن أصناف المحلات العامة الخاضعة للإجازة الصحية رقم (٥) لسنة ١٩٨٢ .

(٣) البند (١) من الفقرة (اولا) من المادة (٨) من قانون المنافسة ومنع الاحتكار العراقي رقم ١٤ لسنة ٢٠١٠ المعدل.

(٤) المادة (٦) من قانون منع تشييد الصرائف والمحلات غير الصحية العراقي رقم (٤٤) لسنة ١٩٦٥ .

المرافعات المدنية^(١)، ومحل الإقامة أو محل الحادثة أو محل المراد تفتيشه الوارد في قانون اصول المحاكمات الجزائية^(٢).

اما المشرع المصري فلم يستعمل في قانون الطرق العامة مصطلح المحلات إذ إن منع وضع الاعلانات جاء مطلقاً ويشمل اي محل يوضع فيه الاعلان^(٣) وإن التشريعات المصرية عموماً تستعمل المحلات بمدلولين الأول للدلالة على كل منشأة تستخدم لمباشرة أي عمل من الأعمال التجارية أو الحرفية أو لتقديم الخدمات أو التسلية أو الترفيه أو الاحتفالات للمواطنين بجميع الوسائل بقصد تحقيق ربح، وسواء كانت مقامة من البناء أو من الخشب أو من الألواح المعدنية أو من الخيام أو من أي مادة بناء أخرى، أو كانت في أرض فضاء أو في العائمات أو في أي وسيلة من وسائل النقل النهري أو البحري^(٤) وكذلك ما ورد في قانون هيئة الدواء المصرية حول الشروط التي يجب تتوفر في المحلات المعدة لخبز الادوية^(٥) والمدلول الثاني لمصطلح المحلات يشير الى اماكن معينة بذاتها كمحل وجود المحبوس والمحل المسكون ومحل وجود الشاهد ومحل اقامة المتهم وغيرها^(٦).

وبالنسبة للمشرع الجزائري فعلى الرغم من أن نص المادة (٤٤٤ / مكرر) من قانون العقوبات تضمنت تجريم وضع الاعلانات على الطرق بما يعيق الطريق العام فقط، إلا أن مصطلح المحلات في التشريع

(١) نصت الفقرة (٢) من المادة (١٤) من قانون المرافعات المدنية العراقي رقم (٨٣) لسنة ١٩٦٩ المعدل على أن "يقوم موزع البريد بتسليم الرسالة الى الشخص المراد تبليغه او في محل اقامته الى زوجه او من يكون مقيماً معه من اقاربه واصهاره او من يعمل في خدمته من البالغين او الى من يمثله قانوناً".

(٢) المواد (٤٣ و ٦٠ و ٦٦ و ٨٧ و ٨٢) من قانون اصول المحاكمات الجزائية العراقي رقم (٢٣) لسنة ١٩٧١ المعدل.

(٣) الفقرة (٢) من المادة (١٣) من قانون الطرق العامة المصري .

(٤) المادة (١) من قانون المحال العامة المصري رقم ١٥٤ لسنة ٢٠١٩ .

(٥) المادة (١) من قانون هيئة الدواء المصرية رقم ٢٧١ لسنة ٢٠٢١ .

(٦) المواد (٤٣ و ٤٥ و ١٢١ و ١٢٧) من قانون الاجراءات الجنائية المصري رقم (١٥٠) لسنة ١٩٥٠ المعدل .

الجزائري عموماً لها مدلولين الأول يراد منه الدلالة على المحل التجاري^(١)، والثاني فهو للدلالة على مكان معين ومحدد بالقانون^(٢).

أما بخصوص القانون الأساسي للشركة الوطنية للنشر والاشهار فقد نص على ان الاشهارات (الاعلانات) في الجزائر تتم علي سبيل الحصر من قبل مؤسسة عمومية لها شخصيتها المعنوية ومقرها الخاص تسمى الوكالة الوطنية للنشر والاشهار^(٣)، وبالتالي فإن الوكالة هي من تتولى عملية تحديد محل وضع الاعلانات و تخصص اماكن وضعها ولا يسمح لأي جهة او افراد ان تتولى مهنة وضع الاعلانات غير الوكالة.

نخلص مما تقدم إن مصطلح المحلات قد يكون المراد منه المحل التجاري أو المكان المحدد بالقانون، أو المكان العام، أما ما يتعلق بالجريمة محل الدراسة فإن المقصود منه المعنى العام الواسع الذي يشمل كل مكان عام أو طريق أو محل تجاري أو معمل أو دور سينما وبمعنى آخر انه كل مكان حدد القانون جهة مختصة بمنح موافقة او اذن بوضع الاعلان فيه قبل وضعه، وبهذا المعنى لا نرى هنالك فرق بين المعنى الواسع لمصطلح المحلات وبين مصطلح المكان بشكل عام لاتفاقهما في المعنى .

أما بخصوص المدة الزمنية التي يسمح فيها بوضع الاعلانات في تلك المحلات فهذا الأمر يختلف حسب نوع الاعلان والوسيلة الاعلانية المستخدمة فعلى سبيل المثال إذا كان محل الاعلانات في الاذاعة أو التلفزيون فيكون وضعها محسوباً بالدقائق وحسب اوقات الذروة^(٤)، أما إذا كان محل الاعلانات هو شبكة الانترنت فيتحدد الوضع بزمن معين يحدد بالاستناد الى نطاق الاعلان والموقع الاعلاني فهنالك مواقع

(١) المادة (٧٨) من القانون التجاري الجزائري ، والمواد (٢ ، ٣) من قانون كراء العقارات او المحلات المخصصة للاستعمال التجاري او الصناعي او الحرفي الجزائري رقم ١٦-٤٩ لسنة ٢٠١٦ .

(٢) المواد (٣٧ ، ٤٧) من قانون الاجراءات الجزائية الجزائري رقم ٦٦-١٥٥ لسنة ١٩٦٦ المعدل.

(٣) المادة (١) من قانون الشركة الوطنية للنشر والاشهار الجزائري.

(٤) د. محمود عساف، اصول التسويق ، مصدر سابق، ص ٣٠٩ .

متخصصة بالاعلانات تتيح الاعلان فيها لمدة غالباً ما تكون شهرية^(١)، وقد يكون محل الاعلانات على شكل اعلانات مبنية بأوقات محددة اثناء استخدام الكمبيوتر او الهاتف وتحدد حسب نطاق مكاني محدد وعلى مواقع محددة، وفي بعض الاحيان يكون محل وضع الاعلانات بشكل عقدي بين المعلن والجهة المتعاقدة^(٢)، أما الاعلانات الحكومية فالأصل فيها إنها محددة بمدد مبنية في القوانين الخاصة^(٣)، وبذلك فالاعلانات عموماً لا يمكن وضعها بعد انتهاء المدة الزمنية الممنوحة بموجب الاذن او الترخيص^(٤).

الفرع الثاني

الاركان العامة

الاركان العامة في جريمة وضع الاعلانات في غير المحلات المأذون بها تماثل الاركان العامة في كافة الجرائم والمتمثلة بالركنين المادي والمعنوي وسوف نتناولهما تباعاً.

اولاً : الركن المادي .

يعدّ الركن المادي جوهر الجريمة وبانعدامه تنعدم، ويمثل مادياتها من خلال سلوك يرتكبه الجاني ويتخذ مظهرًا ملموساً في العالم الخارجي يتحقق به الاعتداء على الحق أو المصلحة التي يحميها القانون فهو يقوم بنقل ما يفكر به الفاعل الى الوجود الخارجي فتكتسب الصفة الجرمية المنصوص عليها في القانون عند تبلورها بفعل مادي يأخذ صورة العمل الذي حدده المشرع لقيامها ، اي أنه لا جريمة بغير ماديات تظهر بها

(١) د. شيزراد عزيز سليمان ، مصدر سابق ، ص ٣٤.

(٢) للمزيد ينظر عقود ايجار مساحات اعلانية في محافظة الديوانية لفترة سنة واحدة بين مديرية بلدية الديوانية وبعض المعلنين بالاعداد (٠٠٠٦٦٥) في ٢٣/١١/٢٠١٧ و ٠٠٨٤٧٨ في ٢١/٤/٢٠٢١ و ٠٠٨٧١٣ في ٢٤/٤/٢٠٢١ .

(٣) المادة (٣٠) من قانون بيع و ايجار اموال الدولة العراقي ، والفقرة (٣) من المادة (٤٥) من قانون التسجيل العقاري العراقي، والمادة (اولا) من الضوابط رقم (٢) الخاصة بتعليمات تنفيذ العقود الحومية رقم ٢ لسنة ٢٠١٤

(٤) الفقرة (١) من المادة (٤) من قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان العراقي والمادة (٩) من قانون السجل التجاري المصري.

الى العالم الخارجي المحسوس^(١)، سواء كان ذلك بالقول أو الفعل حسب ما يتطلبه المشرع في كل جريمة على حدة، والمقصود بالوجود المادي المحسوس للاعلان هو أن تخرج الافكار والمعلومات التي يتضمنها بطريقة تسمح للأفراد بإدراكها بحواسهم^(٢)، ومن خلال الركن المادي يتحقق العدوان على المصلحة التي يحميها القانون وإذا انعدم فلا جريمة ولا عقاب^(٣)، وقد عرّف المشرع العراقي الركن المادي للجريمة بأنه "سلوك إجرامي بارتكاب فعل جرّمه القانون، أو الامتناع عن فعل أمر به القانون"^(٤) وهذا يعني أن الركن المادي للجريمة يتكون من السلوك الإجرامي، والنتيجة الاجرامية وعلاقة السببية بين السلوك الاجرامي والنتيجة .

وبالنسبة للسلوك الاجرامي فقد عرّف قانون العقوبات العراقي الفعل بأنه " كل تصرف جرّمه القانون سواء أكان ايجابيا أم سلبيا كالترك والامتناع مالم يرد نص على خلاف ذلك"^(٥)، ويمثل السلوك الاجرامي أحد عناصر الركن المادي والقاسم المشترك بين جميع أنواع الجرائم العمدية منها أو غير العمدية فسواء كانت هذه الجريمة تامة أم غير تامة فإن تخلف عنصر السلوك يكون نافياً للركن المادي للجريمة وإن القاعدة الجزائية تقضي أن لا جريمة بغير سلوك مادي^(٦) .

وفيما يتعلق بجريمة وضع الاعلانات في غير المحلات المأذون بها فإن السلوك الاجرامي فيها يتحقق بأي نشاط ايجابي من شأنه وضع الاعلان في غير المحلات المأذون بها وهو سلوك إيجابي قد يقوم به

(١) د. محمود نجيب حسني، الفقه الجنائي الاسلامي، كلية الحقوق، جامعة القاهرة، ٢٠٠٦، ص ٣٦١.

(٢) د. عبد الرزاق عبد اللطيف الموافي، الحماية الجنائية لحق المؤلف (دراسة مقارنة)، مجلة الحقوق، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، العدد ٤، السنة ٣٥، ٢٠١١، ص ٤٠٣ .

(٣) د. فخري عبد الرزاق الحديثي، شرح قانون العقوبات، مصدر سابق، ص ١٧٧.

(٤) المادة (٢٨) من قانون العقوبات العراقي، اما قانون العقوبات المصري والجزائري فلم يعرفا الركن المادي الجريمة .

(٥) الفقرة (٤) من المادة (١٩) من قانون العقوبات العراقي، اما قانون العقوبات المصري و قانون العقوبات الجزائري فلم يعرفا السلوك الجرمي .

(٦) د. حميد السعدي، شرح قانون العقوبات الجديد في الاحكام العامة، الجريمة والعقاب والمسؤولية الجنائية، ج ٢، ط ١، دار الحرية للطباعة، بغداد، ١٩٧٦، ص ١٥٠.

المعلن بنفسه او قد تقوم به احدى الوكالة الاعلانية ، ولم يحدد المشرع كيفية أو صورة معينة للقيام بذلك الفعل وبالتالي يمكن تصور تحققه بالصور كافة الممكن توقعها وذلك بسبب تعدد الوسائل والاساليب الاعلانية ، فنتحقق الجريمة سواء أكان وضع الاعلانات في مكان عام أو في الأماكن التي يتواجد فيها الأفراد بكثرة او الأماكن التي تكون فيها السيارات تسير ببطء كالتقاطعات ومداخل المدن من أجل جعل الاعلانات أكثر كفاءة وفعالية فالسلوك يعد متحققاً، فالعبرة بوضع الاعلانات بدون اذن وليس في مكان الوضع .

أما بخصوص وضع الاعلانات في الصحف أو المجلات بدون اذن ، فإن هذا النوع من الاعلانات يتطلب المرور بإجراءات تحرير وتدقيق متعددة من لحظة تحريرها لغاية توزيعها وهذه الاجراءات كفيلة بصعوبة وضع اعلانات بدون اذن وموافقات القائمين عليها لأنهم يحرصون على بقاءها في مرتبة الريادة دون اي مخالفة تعرضهم للمسائلة^(١)، الا ان امكانية تحقق السلوك الجرمي تبقى قائمة ولكن بإجراءات ووسائل اكثر منها تعقيداً عن باقي الاعلانات.

وكذلك الحال في وضع الاعلانات بوسائل الاعلان السمعية والمرئية التي يعدّ التلفاز من أهم صورها فمن الصعوبة تحقق السلوك الجرمي لهذه الجريمة فيها لان الاجراءات التي يستلزمها الاعلانات في التلفاز لا يمكن معها تصور وضع اعلان بدون اذن من الجهة القائمة على المحطة او القناة لاسيما اذا كانت حكومية ففي العراق كانت الاعلانات التلفزيونية تقتصر على الاعلانات الحكومية حتى عام ١٩٨٩م وبعدها ظهر الاعلان التلفازي من خلال محطتين للبث^(٢)، أما في مصر فقد بدأ تقديم الاعلانات التجارية منذ بداية البث التلفزيوني في عام ١٩٦٠^(٣).

(١) د. سعد علي ربحان المحمدي، استراتيجيات الاعلان، دار الدكتور للعلوم الادارية والاقتصادية، بغداد، ٢٠١٢، ص ٤٤.

(٢) هالة مفداد احمد يحيى الجليلي، مصدر سابق، ص ٥٥.

(٣) د. صفوت العالم، مقدمة في الاعلان، ط ١، الدار العربية للنشر، القاهرة، ٢٠٠٨، ص ١٦٤.

أما وضع الاعلانات الالكترونية من خلال شبكة الانترنت على المواقع الاعلانية بدون إذن ادارة تلك

المواقع

فيكثر ارتكاب هذه الجريمة من خلال هذه الوسيلة بسبب استفادة المعلنون من مجانية البريد الالكتروني وبعض وسائل التواصل الاجتماعي والبرامج الالكترونية التي استعملوها في الاعلانات للمنتجات والخدمات عبر الانترنت^(١)، ويقوم المعلنون بوضع اعلانات بدون اذن وبدون موافقة المستخدم الذي يجد بريده الالكتروني ممتلئاً بهذه الاعلانات دون رغبة منه^(٢).

أما بالنسبة الى قانون الطرق العامة المصري لم ينص كذلك على صورة محددة للسلوك الجرمي المحقق لهذه الجريمة المتمثل بوضع الاعلانات بدون ترخيص فالسلوك يتحقق بكافة صور ووسائل وضع الاعلانات بدون ترخيص على الطرق^(٣) كتعليق اعلان ثابت على احدى التقاطعات او الاشارات الضوئية على قواعد ثابتة ، وكذلك يشمل كافة انواع الاعلانات .

وقد استعملت كافة التشريعات محل المقارنة مصطلح الوضع، والمعنى الاصطلاحي لهذه المفردة يوافق معناها اللغوي^(٤)، فالوضع يتحقق بكل فعل ينصب على نشر الاعلانات بأي وسيلة كانت في مكان غير مأذون به وفق التشريع العراقي وغير مرخص به وفق التشريع المصري ، كالاعلانات الثابتة والملصقات الجدارية والالواح الضوئية واللافتات الاعلانية وواجهات المحال واعلانات الشوارع ولوحات الاعلانات المرسومة والمكتوبة وغيرها وبمختلف الاساليب التي تستعمل للفت نظر المارة^(٥)، ولا فرق في طريقة تثبيت تلك الاعلانات سواء كانت على جدار او خرسانة مسلحة او هيكل حديدي او لوحة فنية من الخشب او

(١) د. حماد مصطفى عزب، الجوانب القانونية للإعلان عن المنتجات والخدمات عبر الانترنت (دراسة مقارنة)، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٣، ص ٣٥.

(٢) د. شريف محمد غنام، مصدر سابق، ص ٤٦

(٣) الفقرة (٢) من المادة (١٣) من قانون الطرق العامة المصري .

(٤) فوَضَع الشَّيْءَ: أنشأه، سنَّه، رسَّمه ، ووضَع الشَّيْءَ في المكان: اي أثبتَه فيه للمزيد ينظر محمد بن مكرم بن علي أبو الفضل جمال الدين ابن منظور، مصدر سابق، ص ٤٥١.

(٥) د. عبدالجبار منديل، الاعلان بين النظرية والتطبيق، مطبعة الارشاد للنشر، بغداد، ١٩٨٢، ص ١٧٧.

شاشات عرض حديثة شبيهة بشاشة العرض السينمائي توضع في الطرق العامة او تثبت على أعمدة حديدية يتم عرض الاعلانات فيها بشكل دوري أو غيرها^(١)، وتُعدُّ الاعلانات الثابتة الصورة البارزة لجريمة وضع الاعلانات في غير المحلات المأذون بها نتيجة للزيادة الكبيرة في نسبة استعمال هذا النوع من الاعلانات لا سيما مع تنوع وسائل النقل وما رافقه من تشييد الطرق العامة والمحطات^(٢)، وكذلك لما يتميز به هذا النوع من تمكين المعلن بعرض منتجاته بصورة شيقة وجذابة وبالأشكال الحقيقية لها أي بشكلها المجسم والوانها الطبيعية .

ويتضح مما تقدم ان هذه الجريمة من حيث تأقيت السلوك او استمراره تُعدُّ من الجرائم الوقتية التي يكون تحققها بمجرد ارتكاب فعل الوضع أما استمرار وضع الاعلان بدون اذن وعدم ازالته بعد انتهاء مدة الاذن فهو يحقق مخالفة اخرى تتمثل بعدم تجديد الاذن ودفع الرسوم الاعلانية للاعلانات أو عدم تجديد الاجازة أو الترخيص^(٣).

وفيما يتعلق بالجاني فلا يشترط فيه صفة معينة فقد يكون من المعلنين أو أحد مكاتب الاعلانات او أدوات الاعلان او أحد العاملين فيها كما قد يكون أي فرد آخر فالنص جاء مطلقاً ولم يحدد صفة محددة. ويثار تساؤلان بها الصدد، الاول هو مدى تحقق السلوك الجرمي لهذه الجريمة في حال وضع اعلان جديد بنفس المحل المأذون به او المرخص به بعد انتهاء مدة الاذن أو الترخيص ؟ والتساؤل الثاني ما مصير بقاء وضع الاعلانات بعد انتهاء مدة الأذن او الترخيص؟

ان تحديد مدة معينة لوضع الاعلان في محل محدد هو أمر واجب الالتزام به وان وضع اعلان جديد بعد انتهاء تلك المدة يحقق السلوك الجرمي لهذه الجريمة ، أما بخصوص مصير الاعلانات بعد انتهاء مدة

(١) هاله مقداد احمد يحيى الجليلي، مصدر سابق ص ٥٠.

(٢) د. خالد مصطفى فهمي، الضوابط القانونية والاخلاقية للإعلان، بين النظرية والتطبيق، دار الجامعة الجديدة، ٢٠٠٧، ص ٣٠.

(٣) الفقرة (١) من المادة (٤) من قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان العراقي والمادة (٩) من قانون السجل التجاري المصري.

الاذن او الترخيص فلم يتضمن قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان العراقي النص على ذلك كما لم يتناول واجب ازالة الاعلانات من المحلات المأذون به بعد انتهاء مدة الاذن .

اما قانون تنظيم الإعلانات علي الطرق العامة المصري فقد نظم ازالة الاعلانات بعد انتهاء مدة الترخيص وعدّ عدم ازلتها اعلاناً مخالفاً للقانون والزم المخالف ايّ كان بإزالة ذلك الاعلان ورد الشيء الي اصله واداء ضعف الرسوم المقررة على الترخيص وفي حال لم يتم المخالف بإزالة الاعلان بعد انتهاء مدة الترخيص يتم ازالة الاعلان على نفقته^(١)، وهذه دعوة لمشرعنا العراقي باعتماد نفس هذا الموقف التشريعي ونقترح ان يتم اضافة فقرة الى المادة (٤) من قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان تتضمن الاتي " يلزم كافة المعلنين ومكاتب الاعلانات بإزالة الإعلانات بعد انتهاء مدة الاجازة ، وبخلاف ذلك يتم توجيه اذار برفع تلك الاعلانات خلال فترة لا تتجاوز عشرة ايام فإذا لم يقوموا بالإزالة خلال هذه المدة جاز للجهة المختصة القيام بذلك علي نفقتهم ، ولا يجوز مطالبتهم بأي تعويض عن أي تلف يلحق الإعلان " .

وفيما يخص النتيجة الجرمية التي تمثل العنصر الثاني من عناصر الركن المادي فلها مدلولان أحدهما مادي والآخر قانوني ، فالنتيجة وفقاً للمدلول المادي هي ما يحدث في العالم الخارجي من تغيير كأثر مترتب على السلوك الاجرامي^(٢)، ويجعل منها واقعة مرادفة للأثر، كما يقصد بها التغيير التي يحدث كأثر للسلوك

(١) نصت المادة (٩) من قانون تنظيم الإعلانات علي الطرق العامة المصري على أن "٠٠٠ وفي جميع الأحوال، يقضي بإزالة الإعلان أو اللافتة وبإلزام المخالف برد الشيء إلي أصله وبأداء ضعف الرسوم المقررة علي الترخيص ، فإذا لم يتم المخالف بالإزالة والرد في المدة التي يحددها الحكم جاز للجهة المختصة القيام بذلك علي نفقته، ولا يجوز مطالبتها بأي تعويض عن أي تلف يلحق الإعلان أو اللافتة أو الأجهزة أو غيرها ٠٠٠".

(٢) د. معن احمد الحياوي ، الركن المادي للجريمة ، منشورات الحلبي الحقوقية ، ط١، بيروت ، ٢٠١٠، ص١٩٣ .

الاجرامي^(١)، فهي تمثل ما يحدث في العالم الخارجي من آثاراً مادية وترتبط بالسلوك الاجرامي برابطة السببية^(٢).

أما النتيجة الجرمية بمدلولها القانوني فيراد بها العدوان الذي يصيب حقاً من الحقوق او مصلحة ما قدر القانون جدارته او جدارتها بالحماية الجنائية^(٣) ولا فرق إذا نتج عن ذلك العدوان ضرراً يصيب الحق او المصلحة محل الحماية بشكلٍ فعلي أو مجرد تعريض هذا الحق أو المصلحة للخطر^(٤)، فالنتيجة الجرمية بوصفها عنصراً من عناصر الركن المادي تتمثل في كل اعتداء يقع على حق من الحقوق التي يرى المشرع بأنها جديرة بالحماية فيقوم بتجريمه^(٥)، وعليه فإن أغلب الجرائم يتطلب المشرع تحقق نتيجة اجرامية مادية وتسمى الجرائم المادية أو الجرائم ذات النتيجة أو جرائم الضرر^(٦)، في حين هنالك بعض الجرائم التي لا تتطلب تحقق نتيجة ملموسة او تغيير في العالم الخارجي كأثر للسلوك الاجرامي بل يكفي المشرع بتحقيق النتيجة في مدلولها القانوني وتسمى الجرائم الشكلية أو جرائم السلوك المحض او المجرد او جرائم الخطر، إذ ان جريمة وضع الاعلانات في غير المحلات المأذون بها من الجرائم الشكلية التي يكفي المشرع فيها بتجريم السلوك أو النشاط المحض ولا يشترط تحقق نتيجة معينة أي انه يكفي بتجريم السلوك الجرمي المتمثل بوضع الاعلانات في غير المحلات المأذون بها ولا يشترط فيها تحقيق نتيجة ضارة، لأنها من جرائم الخطر وليس من جرائم الضرر فالعدوان فيها يستهدف مصلحة أو حق ما قدر الشارع حمايته .

(١) د. عمر السعيد رمضان ، شرح قانون العقوبات القسم العام ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، بلا سنة طبع ، ص١٥٨-١٥٩ ، ود. احمد فتحي سرور ، الوسيط في قانون العقوبات القسم العام ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٨١ ، ص٣٣٣ .

(٢) د. ماهر عبد شويش الدرة ، مصدر سابق، ص١٩٢ .

(٣) د. محمود نجيب حسني ، علاقة السببية في قانون العقوبات، كلية الحقوق ، جامعة القاهرة، ١٩٨٣ ، ص٤٥ .

(٤) د. فتوح عبد الله الشاذلي ، قانون العقوبات المصري القسم العام ، ابو العزم ، الاسكندرية، ٢٠٠٨ ، ص٢٣٩ .

(٥) محسن ناجي ، الاحكام العامة في قانون العقوبات ، ط١ ، مطبعة العاني ، بغداد ، ١٩٧٤ ، ص١١٨ .

(٦) د. عبد العظيم مرسي وزير ، شرح قانون العقوبات القسم العام، ط٧، ج١، دار النهضة العربية القاهرة، ٢٠٠٩ ، ص٢٦٤-٢٦٥ ، ود. حميد السعدي ، جرائم الاعتداء على الاموال، مطبعة المعارف ، بغداد، ١٩٦٧ ، ص٢٠١ .

أما علاقة السببية فهي الصلة التي تربط بين السلوك الإجرامي والنتيجة الجرمية كرابطة العلة بالمعلول^(١)، فلا يكفي لقيام الركن المادي للجريمة أن يقع سلوك إجرامي من الجاني وإن تحصل نتيجة، بل يجب أيضاً أن تنسب هذه النتيجة الى ذلك السلوك^(٢)، وهو ما يطلق عليه رابطة السببية، ويقصد بها العلاقة التي تربط بين السلوك الإجرامي الذي يرتكبه الجاني وبين النتيجة الإجرامية المتحققة، فالمفترض أن تكون متوافرة في الجرائم التي فيها نتيجة جرمية وتكون الرابطة لها بالسلوك المرتكب، إلا أن جريمة وضع الاعلانات في غير المحلات المأذون بها من الجرائم الشكلية التي تتحقق بمجرد السلوك الجرمي وبالتالي فإن علاقة السببية لا تثير اي مشكلة.

وفيما يتعلق بالشروع^(٣) في جريمة وضع الاعلان في غير المحلات المأذون بها فقانون العقوبات العراقي جعل نطاق الشروع في الجنایات والجنح فقط وعليه لا يشمل المخالفة وحيث ان هذه الجريمة تعد من وصف المخالفات فلا شروع فيها.

وكذلك الحال في قانون العقوبات المصري فأشترط لتطبيق الشروع ان تكون الجريمة من نوع جنایة او جنحة وبالتالي يمكن تحقق الشروع في هذه الجريمة كونها من الجنح^(٤)، أما في قانون العقوبات الجزائري

(١) د. يسر انور علي، شرح قانون العقوبات النظرية العامة، دار الثقافة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، قطر، ١٩٩٢، ص ٣٤٣.

(٢) د. محمود محمود مصطفى، شرح قانون العقوبات - القسم العام، ط ١، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٨٣، ص ٢٩٦.

(٣) المادة (٣٠) من قانون العقوبات العراقي عرفت الشروع بأنه "البدء في تنفيذ فعل بقصد ارتكاب جنایة او جنحة اذا اوقف او خاب اثره لأسباب لا دخل لإرادة الفاعل فيها..."، ويقابلها المادة (٤٥) من قانون العقوبات المصري التي عرفت بأنه "البدء في تنفيذ فعل بقصد ارتكاب جنایة أو جنحة إذا اوقف أو خاب أثره لأسباب لا دخل لإرادة الفاعل فيها. ولا يعدّ شروعاً في الجنایة أو الجنحة مجرد العزم على ارتكابها ولا الأعمال التحضيرية لذلك" اما قانون العقوبات الجزائري فلم يعرف الشروع - المحاولة - بل نظم احكامها في المادة (٣٠) منه بنصها "كل المحاولات لارتكاب جنایة تبتدئ بالشروع في التنفيذ أو بأفعال لا لبس فيها تؤدي مباشرة إلى ارتكابها تعتبر كالجنایة نفسها إذا لم توقف أو لم يخب أثرها إلا نتيجة لظروف مستقلة عن إرادة مرتكبها حتى ولو لم يمكن بلوغ الهدف المقصود بسبب ظرف مادي يجهله مرتكبها".

(٤) نصت المادة (١١) من قانون العقوبات المصري على أن "الجنح هي الجرائم المعاقب عليها بالعقوبات الآتية - الحبس - الغرامة التي يزيد أقصى مقدارها على مائة جنيه".

فيطلق على الشروع مصطلح المحاولة وقد اقتصر تطبيقها في الجنايات فقط^(١) أما في الجناح فلا يوجد شروع الا في بعض الحالات التي يُنص عليها صراحة أما في المخالفات فلا يوجد شروع^(٢)، وحيث ان جريمة وضع الاعلانات في غير المحلات المأذون تعد من وصف المخالفات^(٣) عليه فلا شروع فيها.

اما بخصوص المساهمة في الجريمة، فالجرائم بصورة عامة قد ترتكب من قبل شخص واحد او من قبل عدة اشخاص^(٤)، والمساهمة في الجريمة هو المصطلح المستعمل في قانون العقوبات العراقي ويقابله مصطلح اشتراك عدة اشخاص في جريمة واحدة في قانون العقوبات المصري، ومصطلح المساهمون في الجريمة في قانون العقوبات الجزائري^(٥).

فقد يقوم عدة اشخاص بارتكاب ذلك السلوك الاجرامي بحيث يقوم كلا منهم بفعل أو مجموعة من الافعال، حيث يعد فاعلاً للجريمة كل من يرتكب الجريمة لوحده أو مع غيره ، أو كل من يساهم في ارتكاب الجريمة إذا كانت تتكون من عدة أفعال فقام عمداً أثناء ارتكابها بعمل من تلك الاعمال ، وكذلك حالة من يدفع بأية وسيلة، شخصاً على تنفيذ الفعل المكون للجريمة وكان هذا الشخص غير مسؤول جزائياً عنها.

(١) نصت المادة (٣٠) من قانون العقوبات الجزائري على أن " كل محاولات لارتكاب جنائية تبتدئ بالشروع في التنفيذ أو بأفعال لا لبس فيها تؤدي مباشرة إلى ارتكابها تعتبر كالجناية نفسها إذا لم توقف أو لم يخب أثرها إلا نتيجة لظروف مستقلة عن إرادة مرتكبها حتى ولو لم يمكن بلوغ الهدف المقصود بسبب ظرف مادي يجهله مرتكبها".

(٢) نصت المادة (٣١) من قانون العقوبات الجزائري على "المحاولة في الجنحة لا يعاقب عليها إلا بناء على نص صريح في القانون والمحاولة في المخالفة لا يعاقب عليها إطلاقاً".

(٣) نصت المادة (٥) من قانون العقوبات الجزائري على " العقوبات الأصلية في مادة المخالفات هي :- الحبس من يوم واحد على الأقل إلى شهرين على الأكثر، الغرامة من ٢٠٠٠ دج إلى ٢٠.٠٠٠ دج".

(٤) د. عباس الحسيني و عامر جواد علي المبارك ، قانون العقوبات القسم العام ، مطبعة المعارف ، بغداد، ١٩٦٨ ، ص ١٧٢.

(٥) الفصل الخامس من الباب الثالث من قانون العقوبات العراقي ، الباب الرابع من الكتاب الأول من قانون العقوبات المصري ، والفصل الأول من الباب الثاني من قانون العقوبات الجزائري .

وللمساهمة صورتان هي المساهمة الاصلية (الفاعل)^(١)، والمساهمة التبعية (الشريك)^(٢)، وبالنسبة للفاعل فإن المعلن قد يرتكب الجريمة لوحده او مع غيره، أو أن يساهم في ارتكابها اذا كانت تتكون من عدة أفعال فيقوم عمداً في اثناء ارتكابها بارتكاب عمل من الاعمال المكونة لها بحيث تؤدي الى نتيجة جرمية واحدة وهذا يطلق عليه المساهمة الجنائية^(٣)، اما فيما يخص حالة دفع شخصاً غير مسؤول جزائياً عنها لأي سبب كان على تنفيذ الفعل المكون للجريمة ، فإن هذه المساهمة ان كانت تتحقق في وضع بعض الاعلانات التقليدية كالاعلانات الثابتة او المعلقة في الشوارع فهي لا يمكن ان تتحقق في الاعلانات الحديثة كالإلكترونية او التلفزيونية ، لان اجراءات وضوابط وضع تلك الاعلانات تتطلب في الغالب جهد ذهني وتخصصي وأن يتم ممارسته من المعلن أو مكتب الاعلان أو أداة الاعلان الذين اشترط فيهم القانون شروط تكفل اهليتهم وتحملهم للمسؤولية.

وفيما يتعلق بالمساهمة التبعية في الجريمة فيعني قيام الجاني بنشاط من شأنه الارتباط بالفعل الاجرامي للفاعل الاصيل ونتيجته برابطة السببية من دون أن يتضمن هذا النشاط تنفيذاً للجريمة أو أن يحقق دور رئيسي في ارتكابها^(٤) وتتحقق بالاتفاق او التحريض او المساعدة، ومن الممكن تصور تحقق هذه الصور في جريمة وضع الاعلانات في غير المحلات المأذون بها وفقاً لأحكام قانون العقوبات العراقي والمصري، كأن يتم الاتفاق مع أحد المعلنين أو تحريضه بوضع اعلان بدون اذن في أحد الأماكن التي تم منح الاذن بوضع الاعلان فيها لمعلن آخر ، أما الاشتراك بالمساعدة فيتمثل بتقديم العون لفاعل الجريمة اي

(١) المواد (٤٧، ٤٩) من قانون العقوبات العراقي ، والمادة (٣٩) من قانون العقوبات المصري، و المادة (٤١) من قانون العقوبات الجزائري .

(٢) المادة (٤٨) من قانون العقوبات العراقي ، والمادة (٤٠) من قانون العقوبات المصري، و المادة (٤٢) من قانون العقوبات الجزائري مع الإشارة الى ان قانون العقوبات الجزائري لم سوى بصورة واحدة من صور الاشتراك وهي الاشتراك بالمساعدة .

(٣) د. رؤوف عبيد ، مبادئ القسم العام ، التشريع العقابي ، ط٤ ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٧٩ ، ص٤١٩ .

(٤) د. محمد اسماعيل ابراهيم و دلال لطيف مطشر، الاعتداد بالنية في المساهمة الاصلية والتنفيذية دراسة مقارنة، مجلة الكلية الاسلامية الجامعة ، تصدرها الكلية الاسلامية الجامعة ، النجف الاشرف، العدد ٤١، المجلد ١، ص ٣٨٤ .

كانت صورته من أجل تمكينه على ارتكابها^(١)، فهي تتحقق في هذه الجريمة وقد تكون سابقة على سلوك الفاعل كتقديم التعليمات أو الارشادات للفاعل حول الاماكن الملائمة لوضع الاعلان ، وقد تكون معاصرة لسلوك الفاعل الأصلي أي أنها تساعد الفاعل وتمكنه من الاستمرار بفعله الى النهاية^(٢)، ومثالها تهيئة وسائل وأدوات وضع الاعلان من المعدات والحديد والصب الكونكريتي الخاص بقاعدة الاعلانات أو طباعة البوستر الاعلاني في حال كان الاعلان ثابت.

ثانيا : الركن المعنوي

إن تحقق الركن المادي لا يكفي لوحده لقيام جريمة وضع الاعلانات في غير المحلات المأذون بها بل لابد من توافر الجانب النفسي او الشخصي وهو ما يسمى الركن المعنوي لإتمام هذه الجريمة ، فالجريمة يجب أن تعبر عن إرادة الفاعل وترتبط به ادبياً ومعنوياً، أي وجود علاقة ذات طبيعة نفسية رابطة بين ماديات الجريمة وشخصية من ارتكبها ، فالجريمة ليست كياناً مادياً خالصاً يقوم على الفعل واثار ذلك الفعل وإنما بالإضافة الى ذلك هي كيان نفسي قوامه العناصر النفسية المكونة لها ، وهو ما يطلق عليه بالركن المعنوي للجريمة^(٣)، وتعد جريمة وضع الاعلانات في غير المحلات المأذون بها من الجرائم العمدية وركنها المعنوي يتمثل بالقصد الجرمي وقد عرفه المشرع العراقي بأنه "توجيه الفاعل إرادته إلى ارتكاب الفعل المكون للجريمة التي وقعت أو أية نتيجة جرمية أخرى"^(٤)، والقصد الجرمي يتكون من عنصرين هما العلم والارادة.

(١) تركي هادي جعفر الغانمي ، المساهمة في الجريمة بوسيلة المساعدة ، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية القانون ، جامعة بابل ، ٢٠٠٦ ، ص ٧ .

(٢) د. عبد الحميد الشواربي ، التعليق الموضوعي على قانون العقوبات - الاحكام العامة لقانون العقوبات في ضوء الفقه والقضاء- ، منشأة المعارف ، الاسكندرية ، ٢٠٠٣ ، ص ٢٦٠ .

(٣) د . فتوح عبد الله الشاذلي ، مصدر سابق ، ص ٢٨١ .

(٤) المادة (١/٣٣) من قانون العقوبات العراقي، اما قانون العقوبات المصري فلم يعرف القصد الجنائي وكذلك الامر بالنسبة لقانون العقوبات الجزائري فلم يعرف القصد الجرمي.

فالعلم هو الحالة النفسية التي تقوم في ذهن الجاني وهي الوعي بحقيقة الوقائع الجوهرية اللازمة لقيام الجريمة وبمدى صلاحية السلوك الجرمي الذي ارتكبه في احداث النتيجة الجرمية كأثر له^(١)، بمعنى أن يكون المعلن عالماً بعدم مشروعية وضعه للاعلان في أماكن غير مأذون بها وإن هذا الفعل يشكل اعتداءً على مصلحة أراد القانون حمايتها^(٢) كما انه يجب أن يعلم ان المكان الذي يضع فيه الاعلان لا يمكن وضع الاعلان فيه بدون اذن من الجهة التي حددها القانون ، أما بخصوص العلم بالزمان فيجب أن يعلم ان وضع الاعلان يكون خلال مدة محددة وان اي وضع للاعلان خارج هذه المدة يجب ان يتم تقديم طلب جديد للحصول على مدة اخرى لقاء دفع رسوم جديدة.

أما الإرادة فتعني ارادة السلوك المكون للجريمة واردة نتيجته التي تتمثل في الاعتداء على الحق الذي يحميه القانون واردة كل واقعة تعد جزءاً من ماديات الجريمة^(٣)، والجريمة العمدية لا تتحقق إذا لم يكن القصد الجرمي المكون للركن المعنوي متوافراً، ولا يعتد بالإرادة ما لم تتوافر فيها شروط تجعلها محل اعتبار قانوناً أي أن المعلن في جريمة وضع الاعلانات في غير المحلات المأذون بها لا بد أن يكون وضعه للاعلان صادراً من ذي أهلية وعن ارادة حرة ومختارة^(٤)، إلا أن جريمة وضع الاعلانات في غير المحلات المأذون بها تعد من جرائم السلوك المجرد التي لا تستلزم تحقق نتيجة مادية ، فالإرادة تكون متجهة لوضع الاعلانات في الأماكن غير المأذون له بوضعها فيه ولا عبرة بالإرادة النهائية المتحققة التي تكون النتيجة المادية متجهة اليها، ومتى ما توافرت عناصر القصد الجرمي لا عبرة بعد ذلك بالبواعث التي دفعت الجاني

(١) د. سلطان عبد القادر الشاوي و د . محمد عبد الله الوريكات ، المبادئ العامة في قانون العقوبات ، ط١، دار وائل ، عمان ، ٢٠١١ ، ص ٢٣١ .

(٢) د. رمسيس بهنام ، النظرية العامة للقانون الجنائي ، مصدر سابق ، ص ٨٦٦.

(٣) د. محمود نجيب حسني ، النظرية العامة للقصد الجنائي ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٧٨ ، ص٣٦ ، ود. عبد العزيز عامر ، شرح الاحكام العامة للجريمة ، منشورات جامعة فارينس، بنغازي ، ١٩٧٤ ، ص٣٢٩ .

(٤) د. مصطفى يوسف ، الحماية القانونية للمحاكمة الجنائية ، دار الكتب القانونية ، مصر ، ٢٠٠٩ ، ص٦٥ .

الى ارتكاب الجريمة سواء أكان الباعث الانتقام أو الشذوذ الجنسي أو الربح أو الاضرار بسمعة الآخرين^(١)، وبذلك يتضح ان التشريعات محل الدراسة المقارنة لم تتطلب قصداً خاصاً في هذه الجريمة^(٢).

ومن الجدير بالإشارة إن اثبات القصد الجرمي بشكل عام هو الامور الموضوعية تخضع للسلطة التقديرية لمحكمة الموضوع^(٣) ورقابة محكمة التمييز الاتحادية (النقض) التي تثبتت من توافره لدى الجاني من خلال وقائع الدعوى وظروفها^(٤).

المطلب الثاني

عقوبة جريمة وضع الاعلانات في غير المحلات المأذون بها

إن ارتكاب أي جريمة بركنيها المادي والمعنوي ونسبتها الى الجاني، إنما يترتب عليه تحمله مسؤولية ارتكابها وتحمل الجزاء المفروض عليها ، حيث ان النص الجزائي لا يعطي نتائج المبتغاة ما لم يحتو عقوبة جنائية رادعة، وذلك من اجل حماية مصالح المجتمع من المساس بها والاعتداء عليها، وتمثل العقوبة بمفهومها الواسع الشكل القانوني لرد الفعل الاجتماعي الذي يواجه به كل من ينتهك التزاماً مصدره نص قانوني يحمل صفة الإلزام، أما المفهوم الضيق فينصرف إلى العقوبة التي تمثل رد الفعل المنصوص عليه قانوناً ليلحق المجرم لما ارتكابه من فعلٍ مجرم^(٥).

(١) د. محمد سعيد النمر ، شرح قانون العقوبات القسم الخاص ، الجرائم الواقعة على الاشخاص ، ط١، ج١، دار الثقافة، عمان ، ٢٠١١، ص٣٥٧.

(٢) المادة (٤٩٢) من قانون العقوبات العراقي ، والمادة (٩) من قانون تنظيم الاعلانات على الطرق العامة المصري، والمادة (٤٤٤/مكرر) من قانون العقوبات الجزائي.

(٣) د. عبد العظيم مرسي وزير ، شرح قانون العقوبات القسم الخاص جرائم الاعتداء على الاموال، دار النهضة العربية، القاهرة ، ١٩٩٣ ، ص٥٩١ .

(٤) قضت محكمة التمييز الاتحادية العراقية المرقم ١٧٠/هـ ع/٢٠١١ في ٢٦/١١/٢٠١٢ بأن " ان الركن المعنوي مسألة تتعلق بالنية واتجاه ارادة الجاني باستهدافه ارتكاب جريمة معينة فأنها مسألة تستظهر من فعل الجاني وظروف الحادث " سلمان عبيد عبد الله الزبيدي ، المبادئ في قرارات محكمة التمييز الاتحادية ، القسم الجزائي والقسم المدني ، ج٤ ، المكتبة الوطنية ، بغداد ، ٢٠١٤ ، ص١١٣ .

(٥) د. سامي عبد الكريم محمود، الجزاء الجنائي ، ط١، منشورات الحلبي، بيروت ، ٢٠١٠، ص٩.

أما العقوبة الجنائية فتعرف بأنه (كل ما يترتب على مخالفة نصوص التجريم من نتيجة قانونية واردة في القوانين العقابية)^(١)، أو أنها (التبعية القانونية التي يتحملها الجاني جراء ما ارتكبه من فعلٍ مجرم وقد يتمثل في عقوبة أو تدبير احترازي ويصدر به حكم من محكمة مختصة بعد محاكمة جزائية وسيلتها الدعوى العمومية ويتم تنفيذ هذا الجزاء بواسطة سلطة انفاذ القانون بطريق الإكراه)^(٢)، ويجب توافر عدة شروط في الجاني لفرض العقوبة عليه، فلا بد أن يكون هنالك فعلٌ مجرم وإن يكون هذا الفعل يتطابق مع النص القانوني، مع مراعاة عدم وجود نص قانوني آخر يبيح الفعل أو يمنع قيام المسؤولية الجزائية^(٣)، فضلاً عن ذلك لا بد أن ينتفي أي مانع من الموانع الإجرائية التي تحول دون الملاحقة والعقاب، كما لو انقضت الدعوى الجزائية بالعمو أو بوفاة الجاني^(٤)، وانطلاقاً من هذا عمدت أغلب التشريعات إلى تجريم فعل وضع الاعلانات في غير المحلات المأذون بها وفرض عقوبات مختلفة بحق مرتكبيها، وعليه سنقسم هذا المطلب على فرعين نخصص الفرع الأول لبيان العقوبات الاصلية ونبين الفرع الثاني العقوبات الفرعية.

الفرع الأول

العقوبات الاصلية

العقوبة الاصلية هي العقوبات الأساسية التي قررها المشرع للجريمة والتي يمكن أن يحكم بها القاضي منفردة دون أي عقوبة أخرى^(٥)، فهي الجزاء الذي من خلاله تتحقق الاغراض المتوخاة من العقاب، ومن خلالها يتم بيان نوع الجريمة و تحديد العقوبة الأشد في بعض حالات تعدد الجرائم^(٦)، حيث يتوجب على

-
- (١) د. نظام توفيق المجالي، شرح قانون العقوبات - القسم العام، ط٣، دار الثقافة، عمان، ٢٠١٠، ص٤١٥.
(٢) د. سليمان عبد المنعم، النظرية العامة لقانون العقوبات، دراسة مقارنة، ط١، منشورات الحلبي، لبنان، ٢٠٠٣، ص٧٠١.
(٣) المواد (٤٦-٣٩ و ٦٥-٦٠) من قانون العقوبات العراقي، والمواد (٦٠-٦٣) من قانون العقوبات المصري، والمواد (٤٠-٣٩ و ٤٧ - ٤٨) من قانون العقوبات الجزائري.
(٤) المادة (١٥٠) من قانون العقوبات العراقي، والمادة (٧٤) من قانون العقوبات المصري.
(٥) د. احمد شوقي عمر، شرح الأحكام العامة لقانون العقوبات، دار النهضة العربية، القاهرة ٢٠٠٧، ص٦٦٨.
(٦) د. فخري عبد الرزاق الحديثي، شرح قانون العقوبات، مصدر سابق، ص٣٨٣.

القاضي أن يحكم بها بعد ثبوت ادانة المتهم ويتم ذكر نوعها ومقدارها وفقاً لما نص عليه القانون، ويمكن ان يقتصر الحكم عليها او قد يلحقها عقوبة تبعية او تكميلية يحددها القانون^(١)، وطبقاً للقواعد العامة فان العقوبات الاصلية قد حددها قانون العقوبات العراقي بأنها الاعدام ، والسجن مدى الحياة، والسجن المؤبد ، السجن المؤقت ، الحبس الشديد والحبس البسيط والغرامة والحجز في مدرسة الفتيان الجانحين والحجز في مدرسة اصلاحيية^(٢)، وبما أن عقوبة جريمة وضع الاعلانات في غير المحلات المأذون بها وحسب النصوص التشريعية تقتصر على عقوبة الغرامة لذلك سوف تقتصر دراستنا عليها كعقوبة اصلية للجريمة، والعقوبة الأصلية قد تكون عقوبة أصلية بسيطة وقد تكون مقترنة بظرف.

فبالنسبة للمشرع العراقي فقد عاقب بالغرامة فقط كعقوبة أصلية للجريمة إذ نصت المادة (٤٩٢) من قانون العقوبات على أن " يعاقب بغرامة لا تزيد على عشرة دنانير^(٣)، من وضع اعلاناً في غير المحلات المأذون بوضع الاعلانات فيها"، وبذلك فقد تضمنت نصاً عاماً بتجريم كافة افعال وضع الاعلانات دون تقييدها بإعلان أو وسيلة معينة ويلاحظ على النص أن المشرع العراقي لم يبين ما هو نوع جريمة وضع الاعلانات في غير المحلات المأذون بها ؟ وما هو مقدارها ؟.

إن المشرع العراقي عاقب بالغرامة التي لا تزيد على مئتي الف دينار على الجاني في هذه الجريمة مع عدم الاخلال بالعقوبات التي تنص عليها القوانين الخاصة الاخرى^(٤) التي تعاقب على هذه الجريمة لأن

(١) د. اكرم نشأت ابراهيم ، القواعد العامة في قانون العقوبات المقارن ، ط١ ، مطبعة الفتیان، بغداد ، ١٩٩٨، ص ٢٠٣ .

(٢) المادة (٨٥) من قانون العقوبات العراقي ، وسبق ان اصدرت سلطة الائتلاف المؤقتة المنحلة الامر رقم ٧ لسنة ٢٠٠٣ والذي تم بموجبه تعليق العمل بعقوبة الاعدام واحلت محلها عقوبة السجن مدى الحياة في كل حالة تكون فيها عقوبة الاعدام هي العقوبة الوحيدة المنصوص عليها لمعاقبة مرتكب الجناية، الا انه بعد ان حُلت سلطة الائتلاف المؤقتة أصدرت الحكومة العراقية المؤقتة الأمر رقم ٣ لسنة ٢٠٠٤ والذي يقضي بإعادة عقوبة الإعدام، وتقابلها المواد (١٣-٢٣) من قانون العقوبات المصري والمادة (٥) من قانون العقوبات الجزائري.

(٣) غُدل مبلغ الغرامات بموجب القانون رقم (٦) لسنة ٢٠٠٨ للمزيد ينظر الهامش رقم (١) من الصفحة (٢٤) من الاطروحة واصبح مبلغ الغرامة في المخالفات مبلغاً لا يقل عن (٥٠٠٠٠) خمسون ألف دينار و لا يزيد على (٢٠٠٠٠٠) مئتي ألف دينار.

(٤) البند (أ) من الفقرة (خامساً) من المادة (١٢) من قانون الطرق العامة العراقي .

النص الخاص يقيد النص العام ، وهذا يعني ان هذه الجريمة من وصف المخالفات وذلك بدلالة الفقرة (٢) من المادة (٢٧) من قانون العقوبات.

وقد عرف قانون العقوبات الغرامة بأنها "إلزام المحكوم عليه بان يدفع الى الخزينة العامة المبلغ المعين في الحكم...".^(١)

ونرى أنه على الرغم من المزايا التي يتسم بها موقف المشرع العراقي من حيث تبني الأخذ بالعقوبات المالية لوحدها كعقوبة لجريمة وضع الاعلانات في غير المحلات المأذون بها وهو موقف يتناسب مع الأهداف المالية التي يبغى المعلن تحقيقها، وإن فرض العقوبة المالية على الجاني تفقد الغرض الذي أراده وهو الحصول على الربح بسبب انه سيضطر إلى دفع مبلغ الغرامة ، كما ان هذه العقوبة تشكل مورداً مهماً لإيرادات الدولة لذلك تحرص اغلب التشريعات على فرضها بدلاً من الحبس، إلا إنه على الرغم مما ذكر فمن وجهة نظر الباحث أن النقد الموجه للعقوبة المالية كعقوبة لهذه الجريمة هو انها لا تفي بالغرض من التجريم في هذه الجريمة لما تحمله في بعض صورها مخاطر كبيرة على حياة الافراد وجمالية المدن وتنظيمها، والاكثر فاعلية هو ان تكون العقوبة جنائية قائماً على سلب حرية الشخص مدة معينة لكي يحقق الردع العام والخاص، خصوصاً وإن المعروف عن عقوبة الغرامة انها لا تؤدي هذا الغرض من العقاب وهي يسيرة مقارنة بغيرها من العقوبات، حتى ان تكلفة بعض الاعلانات يفوق مبلغ الغرامة مما يجعل هذه الحقوق عرضة للاعتداء الدائم عليها طالما كانت عقوبة ذلك هو دفع مبلغ من المال، على سبيل المثال وضع اعلانات ضوئية كبيرة في اماكن غير مأذون بها مما تحجب رؤية سائقي المركبات ويعرضهم للخطر الأمر الذي نأمل من المشرع العراقي ان يأخذ به في تغليظ العقاب على مرتكبي هذه الجريمة .

أما المشرع المصري فقد نص قانون الطرق العامة على عقوبة جريمة وضع الاعلانات في غير المحلات المأذون بها في الفقرة (٢) من المادة (١٣) منه بنصها على أن " يعاقب بالحبس مدة لا تزيد على

(١) المادة (٩١) من قانون العقوبات العراقي .

شهر وبغرامة لا تتجاوز عشرة جنيهاً أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من يتعدى على الطرق العامة بإحدى الطرق الاتية ٢٠٠٠-وضع أو انشاء أو استبدال لافتات أو اعلانات أو انابيب بدون ترخيص من الجهة المشرفة على الطريق " ويتضح من النص ان العقوبة المقررة للجريمة هي عقوبة الحبس (١) مدة لا تزيد على شهر وغرامة (٢) لا تتجاوز عشرة جنيهاً ، حيث نصت المادة وبذلك فان المشرع اعتبر هذه الجريمة جنحة (٣)، حيث ان المشرع نص على الحد الاعلى للعقوبة بالنسبة للحبس والغرامة ، وبهذا فان للقاضي سلطة فرض العقوبة على ان لا تتجاوز الحد الاعلى المنصوص عليه.

اما قانون العقوبات الجزائري فقد نصت المادة (٤٤٤/مكرر) على أن " يعاقب بغرامة من ١٠٠ إلى ١٠٠٠ دج كما يجوز أن يعاقب بالحبس من عشرة أيام إلى شهرين كل من يعيق الطريق العام بأن يضع أو يترك فيها دون ضرورة مواد أو أشياء كيفما كانت من شأنها أن تمنع أو تنقص من حرية المرور أو تجعل المرور غير مأمون" وبذلك فإن الجريمة تعد مخالفة (٤) كما ان النص حدد الحد الأعلى والأدنى للغرامة وجعل العقوبة جوازية بين الحبس والغرامة.

(١) عرفت المادة (١٨) من قانون العقوبات المصري الحبس بأنه " وضع المحكوم عليه في أحد السجون المركزية أو العمومية المدة المحكوم بها عليه ولا يجوز أن تنقص هذه المدة عن أربع وعشرين ساعة ولا تزيد على ثلاث سنين إلا في الاحوال المنصوص عليها قانوناً " ، وأشارت المادة (١٩) الى ان الحبس نوعان الحبس البسيط والحبس مع الشغل ، ووجببت المادة (٢٠) من ذات القانون على القاضي الحكم بالحبس مع الشغل كلما كانت مدة العقوبة المحكوم بها سنة فأكثر وفي الاحوال الاخرى المنصوص عليها قانوناً .

(٢) عرفت المادة (٢٢) من قانون العقوبات المصري الغرامة بأنها " إلزام المحكوم عليه بأن يدفع إلى خزينة الحكومة المبلغ في الحكم ولا يجوز أن تقل الغرامة عن مائة قرش ولا أن يزيد حدها الاقصى في الجرح على خمسمائة جنيه ، وذلك مع عدم الاخلال بالحدود التي يبينها القانون لكل جريمة " .

(٣) عرف المشرع المصري الجنحة في المادة (١١) من قانون العقوبات بأنها " الجريمة المعاقب عليها بالعقوبات الاتية: ١- الحبس . ٢- الغرامة التي لا تزيد أقصى مقدار لها على مائة جنيه " .

(٤) نصت المادة (٥) من قانون العقوبات الجزائري على " ٠٠٠٠ العقوبات الأصلية في مادة الجرح هي : ١- الحبس مدة تتجاوز شهرين إلى خمس سنوات ماعدا الحالات التي يقرر فيها القانون حدوداً أخرى، ٢- الغرامة التي تتجاوز ٢٠.٠٠٠ دج. والعقوبات الأصلية في مادة المخالفات هي : ١ - الحبس من يوم واحد على الأقل إلى شهرين على الأكثر، ٢- الغرامة من ٢٠٠٠ دج إلى ٢٠.٠٠٠ دج." وان قانون العقوبات الجزائري أجاز الحبس في جرائم المخالفات، كما فعل قانون العقوبات العراقي على خلاف المشرع المصري الذي لم ينص سوى على عقوبة الغرامة في جرائم المخالفات.

أما العقوبة المقترنة بظرف مشدد فلم ينص قانون العقوبات العراقي على ظرف مشدد خاص بجريمة وضع الاعلانات في غير المحلات المأذون بها ، إلا أن المادة (١٣٥) من ذات القانون قد نصت على ظروف مشددة عامة فنصت "مع عدم الإخلال بالأحوال الخاصة التي ينص فيها القانون على تشديد العقوبة، يعتبر من الظروف المشددة ما يلي: ١- ارتكاب الجريمة بباعث دنيء. ٢- ارتكاب الجريمة بانتهاز فرصة ضعف ادراك المجني عليه أو عجزه عن المقاومة أو في ظروف لا تمكن الغير من الدفاع عنه. ٣- استعمال طرق وحشية لارتكاب الجريمة أو التمثيل بالمجني عليه ٤- استغلال الجاني في ارتكاب الجريمة صفته كموظف أو اساءته استعمال سلطته أو نفوذه المستمدين من وظيفته".^(١)، إذ ان العقوبة المنصوص عليها للجريمة هي الغرامة ففي حال توافر ظرف مشدد جاز للمحكمة الحكم بالحبس مدة تبلغ ضعف المدة التي يمكن ان يحكم بها على أن لا تزيد مدة الحبس في جميع الاحوال على اربع سنوات^(٢)، وان القاعدة في التشديد هي الجواز وليس الوجوب فللمحكمة سلطة تقديرية في الحكم بالعقوبة الاصلية للجريمة او تشديدها^(٣).

أما قانوني العقوبات المصري والجزائري فلم ينصا على ظروف مشددة خاصة بجريمة وضع الاعلانات في غير المحلات المأذون بها علاوة على خلوهما من ظروف مشددة عامة .

(١) أضيفت ثلاث فقرات الى الظروف المشددة العامة بموجب امر سلطة الائتلاف (المنحلة) المرقم ٥٢ لسنة ٢٠٠٤ وهذه الفقرات هي " ٥ - اساءة استعمال المركز العام او الثقة المرتبطة به من اجل الحصول على مكسب شخصي، او عرض او منح او قبول بعض الامتيازات مخالفة للمهام المنوطة بالمركز العام او بالثقة الممنوحة لمن يشغل هذا المركز والاساءة لحقوق الاخرين بصفة رسمية او محاولة التسبب في وقوع مثل هذه الاساءات والمخالفات ٦- ارتكاب مخالفة في ما يتعلق بالأحكام المنصوص عليها في الاقسام الفرعية ٢ (٤) (أ) الى (د) من القانون الاساسي الذي تم بموجبه انشاء المفوضية المعنية بالنزاهة العامة، او تأييد من يرتكب مثل هذه المخالفة او يعيق محاولات الكشف عنها ٧ - مخالفة اللوائح التنظيمية الصادرة عن المفوضية المعنية بالنزاهة الوطنية بخصوص الكشف عن المصالح المالية".

(٢) الفقرة (٣) من المادة (١٣٦) من قانون العقوبات العراقي .

(٣) د. سعد صالح شكطي ، الخروج عن القاعدة العامة في الظروف المشددة للجرائم ، مجلة جامعة تكريت للعلوم القانونية ، السنة ٧، مجلد ١، العدد، ٢٨، ٢٠١٥، ص ٦٩.

الفرع الثاني

العقوبات الفرعية

العقوبات الفرعية هي جزء ثانوي تلحق المحكوم عليه بعقوبة اصلية، لكنها لا تكفي بمفردها لتحقيق معنى العقاب ومن ثم فهي لا يحكم بها لوحدها من المحكمة وإنما الى جانب عقوبة اصلية ، والعقوبات الفرعية بينها الفقرة (هـ) من المادة (٢٢٤) من قانون أصول المحاكمات الجزائية العراقي حيث نصت على أن "هـ- يُفَصِّدُ بالعقوبات الفرعية الواردة في هذا القانون العقوبات التبعية والتكميلية والتدابير الاحترازية المنصوص عليها في قانون العقوبات"، وقد عالجها المشرع العراقي كذلك في قانون العقوبات، فالعقوبات التبعية هي العقوبات التي تلحق المحكوم عليه دون الحاجة الى النص عليها في الحكم بل تلحق المحكوم عليه بحكم القانون ونص عليها في المواد (٩٦-٩٩) وهي الحرمان من بعض الحقوق والمزايا ومراقبة الشرطة^(١)، وان هذه العقوبات لا يمكن ان تلحق المحكوم عليه في هذه الجريمة لأنها تستتبع الاحكام الصادرة بالسجن المؤبد او المؤقت او بعض الجرائم المحددة بالنص بالنسبة لتدبير مراقبة الشرطة، في حين ان عقوبة هذه الجريمة لا تصل الى السجن كما انها ليست من ضمن الجرائم المشمولة بمراقبة الشرطة^(٢).

أما العقوبات التكميلية والتي لا تلحق بالمحكوم عليه الا اذا نطق بها القاضي لأنها اصلاً ترتبط بالجريمة وليس بعقوبة الجريمة الاصلية^(٣)، فتناولها قانون العقوبات العراقي في المواد (١٠٠-١٠٢) وهي الحرمان من بعض الحقوق والمزايا والمصادرة ونشر الحكم^(٤)، وهذه العقوبات لا يمكن للمحكمة الحكم بها ايضاً حيث أن عقوبة الحرمان من بعض الحقوق والمزايا يمكن الحكم بها عند الحكم بالسجن المؤبد او المؤقت او

(١) تقابلها المادة (٢٤) من قانون العقوبات المصري ، اما قانون العقوبات الجزائري فقد الغيت العقوبات التبعية بموجب قانون التعديل الثاني لقانون العقوبات رقم (٢٣-٠٦) في ٢٠ / ١٢ / ٢٠٠٦ .

(٢) المواد (٩٦،٩٩) من قانون العقوبات العراقي ، المادة (٢٨) من قانون العقوبات المصري، اما قانون العقوبات الجزائري فلم ينص عليها

(٣) د. سامي عبد الكريم محمود ، مصدر سابق ، ص ١٢٧ .

(٤) لم ينص قانون العقوبات المصري على العقوبات التكميلية اما قانون العقوبات الجزائري فقد نص عليها المادة (٩) منه.

الحبس مدة تزيد على السنة^(١)، أما عقوبة المصادرة فيمكن الحكم بها عند الحكم في جنائية او جنحة^(٢)، أما نشر الحكم فللمحكمة ان تأمر به في حالة الحكم الصادر في جنائية^(٣)، في حين ان هذه الجريمة من وصف مخالفة وبالتالي لا يمكن الحكم بها الا في حال تشديد العقوبة .

أما التدابير الاحترازية والتي هي إجراءات وقائية تقرر لحماية المجتمع من وقوع الجرائم عالجهها المشرع في المواد (١٠٣-١٢٧) من قانون العقوبات^(٤) وان معظم تلك التدابير لا تتناسب مع طبيعة هذه الجريمة، فضلاً عن ذلك ان بعض التدابير التي تتناسب طبيعتها مع هذه الجريمة كحظر ممارسة العمل وغلق المحل ووقف الشخص المعنوي وحله لا يمكن فرضها لأسباب تتعلق بنوع الجريمة حيث انها تشترط لتطبيقها ان تكون الجريمة المحكوم بها جنائية او جنحة وبذلك لا يمكن الحكم بها لان هذه الجريمة من وصف مخالفة^(٥)، أما بخصوص تدبير المصادرة فيجب الحكم به لمصادرة الاشياء والمضبوطات التي يعد صنعها او حيازتها او استعمالها او احرازها او بيعها او عرضها للبيع جريمة في ذاته^(٦)، فيمكن الحكم بهذا التدبير في هذه الجريمة لأنه لا يشترط وصف معين في الجريمة .

(١) المادة (١٠٠) من قانون العقوبات العراقي ، وتقابلها المادة (٩/مكرر) من قانون العقوبات الجزائري.

(٢) المادة (١٠١) من قانون العقوبات العراقي ، وتقابلها المادة (١٥/مكرر/١) من قانون العقوبات الجزائري.

(٣) المادة (١٠٢) من قانون العقوبات العراقي .

(٤) لم يورد قانون العقوبات المصري نظرية او فصل للتدابير الاحترازية، اما قانون العقوبات الجزائري فقد نص على التدابير واطلق عليها تدابير الامن الا انها لا تتناسب مع هذه الجريمة إذ نصت المادة (١٩) على أن " تدابير الامن هي ١- الحجز القضائي في مؤسسة استشفائية للأمراض العقلية، ٢- الوضع القضائي في مؤسسة علاجية".

(٥) المواد (١١٣ ، ١٢١ ، ١٢٣) من قانون العقوبات العراقي .

(٦) نصت المادة (١١٧) من قانون العقوبات العراقي على أن " يجب الحكم بمصادرة الاشياء المضبوطة التي يعد صنعها او حيازتها او احرازها او استعمالها او بيعها او عرضها للبيع جريمة في ذاته ولو لم تكن مملوكة للمتهم او لم يحكم بإدانتته. واذا لم تكن الاشياء المذكورة قد ضبطت فعلا وقت المحاكمة وكانت معينة تعيينا كافيا تحكم المحكمة بمصادرتها عند ضبطها".

المبحث الثاني

جريمة تأسيس مكتب اعلانات بدون اجازة

إن النشاط المتزايد لمكاتب الاعلانات لاسيما بعد أن اصبحت وسيلة المنتجين والتجار للتواصل مع المستهلكين، أدى الى زيادة الاقبال على تأسيس تلك المكاتب بهدف تحقيق الارباح الناتجة عنها والحصول على مختلف مزاياها، وقد تنبه المشرع لأهمية وحيوية هذا الامر فأصدر قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان الذي نظم تأسيس مكاتب الاعلانات كما نصت على عقوبات تتناسب وحجم المخالفات الماسة بها، كما يعدّ المرجع لكافة مكاتب الاعلانات في العراق، حيث جاء في الاسباب الموجبة لهذا القانون انه شرع بناءً على الحاجة الى تنظيم شؤون مكاتب الدعاية والنشر والاعلان وضبط فعاليتها وقطعاً لدابر الاساليب غير الملتزمة التي قد تتبع في هذا القطاع الاعلامي المهم ، ولكي يصبح الاعلان مشروعاً من الناحية الشكلية يجب ان يحصل المعلن أو مكتب الاعلان على اجازة تتيح له ممارسة تلك الاعلانات وبخلاف ذلك يكون المخالف معرضاً للمسؤولية الجزائية ، حيث ان ممارسة الاعلانات سواء من مكاتب متخصصة بالاعلانات أو من وكالات أو شركات اعلانية يتطلب الحصول اولاً على اجازة بممارسة ذلك العمل، والهدف من هذه الاجازة قد يكون لأمر تنظيمية أو مسوغات رقابية وقد يكون لدواعي ضريبية أو نقابية، وإن خلاف ذلك يعد مساساً بأحد الضوابط الشكلية لممارسة الاعلانات المتمثل بالحصول على الاجازة قبل ممارسة العمل الاعلاني.

فبالنسبة للمشرع العراقي فإن المادة (٢) من قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان العراقي نصت على أن " يؤسس المكتب من شخص أو أكثر بإجازة من الوزارة" وبذلك فالمشرع استعمل مصطلح يؤسس المكتب للدلالة على قيام صاحب المكتب باتخاذ الاجراءات القانونية اللازمة لافتتاح المكتب بالشكل القانوني بعد الحصول على الاجازة، كما عرّف القانون ذاته المكتب بأنه "٣- مكتب الدعاية والنشر

والاعلان والخط والاعلان الضوئي والنقش على المرمر والخشب وتصميم الاغلفة والديكور الزخرفي والرياسة الاسلامية والمؤسسات الصحفية والمؤسسات الفنية التي تمارس اعمال الدعاية أو النشر أو الاعلان^(١)، أما الوزارة فهي وزارة الثقافة والاعلام^(٢)، ومن هذا التعريف للمكتب يتضح انه عرف المكتب بأنه مكتب اي انه عرف الشيء بذاته وذكر عدد من النماذج ولم يبين لنا طبيعة هذا المكتب وهل أنه يشمل الشركات والوكالات ام لا ، ونرى ان التعريف يشملها جميعاً لأنه أورد عبارة في نهاية المادة تشير لذلك وهي "٠٠٠ والمؤسسات الصحفية والفنية التي تمارس اعمال الدعاية أو النشر أو الاعلان ٠٠٠"، كما ان قانون الشركات العراقي قد ساوي بين الفروع والمكاتب والمؤسسات^(٣).

اما المشرع المصري فقد نظم احكام منح اجازة تأسيس المكاتب والشركات والوكالات الاعلانية في قانون التجارة وقانون السجل التجاري وفي قانون الغرف التجارية وقانون ضريبة الدخل ولم ينظمها في قانون تنظيم الاعلانات على الطرق، إذ ان المشرع المصري عدّ اعمال الاعلانات اعمالاً تجارية^(٤) وإن من يمارسها يعدّ تاجراً^(٥)، فقد نصت المادة (١٧) من قانون السجل التجاري المصري على حضر ممارسة العمل التجاري الا لمن يكون اسمه مقيداً في السجل التجاري بنصها "تحظر مزاولة التجارة في محل تجاري الا لمن يكون اسمه مقيداً في السجل الذى يقع في دائرته المحل التجاري، وتكتسب صفة التاجر من تاريخ هذا القيد ما لم تثبت تلك الصفة بطريقة اخرى"، وبذلك فالمشرع المصري استعمل مصطلح مزاولة التجارة للدلالة على قيام صاحب المكتب او الشركة او الوكالة باتخاذ الاجراءات القانونية اللازمة للعمل الاعلاني بعد ان يقيد

(١) الفقرة (٣) من المادة (١) من قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان العراقي.

(٢) شطرت وزارة الثقافة والاعلام الى وزارتين هما وزارة الاعلام ووزارة الثقافة بموجب المادة (١) من قانون وزارة الاعلام رقم ١٦ لسنة ٢٠٠١ واصبح قانون وزارة الثقافة بالرقم ١٧ لسنة ٢٠٠١ .

(٣) الفقرة (اولاً) من المادة (٢١١) ، و الفقرة (ثانياً) من المادة (٩) من قانون الشركات العراقي.

(٤) نصت الفقرة (ح) من المادة (٥) من القانون التجاري المصري على " تعد الاعمال الاتية تجارية اذا كانت مزاولتها على وجه الاحتراف: ح- اعمال الدور والمكاتب التي تعمل في مجال النشر والطباعة والتصوير والكتابة على الآلات الكاتبة وغيرها والترجمة والاذاعة والتلفزيون والصحافة ونقل الاخبار والبريد والاتصالات والاعلان" .

(٥) المادة (١٠) من قانون التجارة المصري.

اسمه في السجل التجاري، كما نصت المادة (١٩) من القانون ذاته على عقوبة لمن يخالف ذلك جاء فيها " كل مخالفة اخرى لأحكام هذا القانون أو القرارات المنفذة له يعاقب مرتكبها بغرامة لا تقل عن عشرة جنيه ولا تتجاوز مائة جنيه وتضاعف العقوبة في حالة العود ، وفي حالة مخالفة المادة (١٧) تأمر المحكمة فضلا عن الحكم بالغرامة بإغلاق المحل".

وبذلك يتضح اختلاف المصطلحات المستخدمة لدي المشرع العراقي عنها لدى المشرع المصري للدلالة على هذه الجريمة فالمشرع العراقي استعمل مصطلح (يؤسس المكتب)، في حين المشرع المصري استعمل (مزاولة التجارة)، ونرى ان المصطلح الانسب هو مزاولة النشاط الاعلاني بإجازة من الجهة المختصة لان الاعلانات أصبحت تُبأشر من عدة جهات ولم تقتصر على مكاتب الاعلانات ولا يشترط ان تكون مباشرتها من مكتب مختص بالاعلانات بل قد تباشرها أي صحيفة او محطة تلفزيونية او موقع إلكتروني فالمهم هو الحصول على اجازة بذلك من الجهات المختصة.

أما بالنسبة للمشرع الجزائري فلم ينص على هذه الجريمة إذ لا يمكن لأي مكتب أو وكالة أو شركة ان تمارس الاعلانات لان الاعلانات تمارس من مؤسسة واحدة عمومية تسمى الوكالة الوطنية للنشر والاشهار^(١)، وبالتالي فأي مخالفة لما ورد في قانون الوكالة ومخالفة الترخيص الممنوح لها فأن الفاعل يكون مسؤولاً وفقاً للمبادئ العامة في قانون العقوبات لاعتراضه على اعمال امرت أو رخصت عنها السلطة العمومية^(٢)، وذلك لعدم وجود نص يجرم ذلك في قانون الوكالة الوطنية للنشر والاشهار.

وحيث ان الاحكام الاجرائية لهذه الجريمة تخضع للمبادئ العامة ولا خصوصية فيها لذا سنقتصر على بحث أركان الجريمة والعقوبة المنصوص لها، وليبيان ذلك سنقسم هذا المبحث على مطلبين نتناول في

(١) المادة (١) من قانون الوكالة الوطنية للنشر والاشهار الجزائري.

(٢) نصت المادة (١٨٧) من قانون العقوبات الجزائري على " كل من يعترض بطريق الاعتداء على تنفيذ أعمال امرت أو رخصت بها السلطة العمومية يعاقب بالحبس من ثلاثة أشهر إلى سنة وبغرامة لا تتجاوز ربع التعويضات المدنية ولا تقل عن ١.٠٠٠ دج".

المطلب الأول أركان جريمة تأسيس مكتب اعلانات بدون اجازة، وفي المطلب الثاني عقوبة جريمة تأسيس مكتب اعلانات بدون اجازة.

المطلب الأول

أركان جريمة تأسيس مكتب اعلانات بدون اجازة.

لا تختلف جريمة تأسيس مكتب اعلانات بدون اجازة عن غيرها من الجرائم حيث يشترط فيها توافر الركنين الاساسيين المادي والمعنوي وهذا ما سنوضحه في فرعين وعلى النحو الاتي :

الفرع الأول

الركن المادي

يتمثل الركن المادي لجريمة تأسيس مكتب اعلانات بدون اجازة بسلوك اجرامي ونتيجة جريمة وعلاقة سببية، وبالنسبة للسلوك الجرمي في هذه الجريمة يتحقق بنشاط ايجابي يتمثل بالقيام بفعل تأسيس مكتب اعلانات دون الحصول على اجازة، ولم يبين قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان العراقي ما المقصود بتأسيس مكتب اعلانات هل هو افتتاح مكتب بعنوان مكتب اعلانات أم مزاولة النشاط الاعلاني المخالف للنصوص المنظمة لممارسه ذلك النشاط؟ حيث نص قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان العراقي على اجراءات تأسيس المكتب ، فمن يحق لهم تقديم طلب تأسيس المكتب هم شخص أو أكثر^(١)، وبخصوص الجهة التي يقدم اليها طلب تأسيس المكتب فهي وزارة الثقافة والاعلام^(٢)، وتكون مدة اجازة

(١) كان عدد الأفراد الذين يحق لهم تقديم طلب التأسيس هم خمسة أفراد على الاقل بإجازة من الوزارة بعد استئصال موافقة دوائر الامن عند المنح والتجديد إلا إنه تم تعديل المادة لتصبح شخص أو أكثر والغيت موافقة الامن بموجب المادة (٢) من قانون التعديل الأول لقانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان رقم ٣٥ لسنة ١٩٨٨.

(٢) الفقرة (٢) من المادة (١) من قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان العراقي.

المكتب سنة واحدة تبدأ من تاريخ منحها^(١)، أما السن المطلوب لمن يطلب تأسيس المكتب فهو اكمال الثامنة عشر من العمر^(٢)، ويتم منح الاجازة بعد دفع الرسوم المحددة^(٣)، والتأكد من تهيئة مكان خاص للمكتب^(٤) ومعاينة المكان .

أما الإجازة فلا يوجد تعريف تشريعي لها، وقد عرفها بعض فقهاء القانون المدني لتعلقها ببعض المواضيع المرتبطة بالقانون كالعقد الموقوف و التصرفات النافذة غير اللازمة المقترنة بخيار كالبيع بخيار الشرط^(٥) ومن هذه التعاريف للإجازة هي (تصرف انفرادي يصدر عن صاحب الحق فيه لإبقاء تصرف قانوني أو مادي موقوف النفاذ في حقه فيترتب عليه نفاذ التصرف وإنتاج آثاره كافة بأثر رجعي أو بأثر حالي حسب طبيعة التصرف الموقوف)^(٦)، أو انها (عمل قانوني صادر من جانب واحد يزيل به عيباً يخوله الحق في طلب إبطاله)^(٧). لذا يتضح انه على الرغم من اختلاف التعاريف في ألفاظها فإنها متفقة من ناحية المعنى والمضمون، ويفهم منها أن الإجازة وسيلة قانونية تمنح لجهة معينة لجعل تصرف معين نافذاً أو غير نافذ حسب طبيعة ذلك التصرف^(٨)، وأن سلطة منح هذه الاجازة منحها القانون الى وزارة الثقافة.

-
- (١) المادة (٤) من قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان العراقي ، والمادة (٢) من تعليمات رقم(٤) لسنة ١٩٩٤ تعديل مكتب الدعاية والنشر والاعلان .
- (٢) الفقرة (٢) من المادة (٣) من قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان العراقي.
- (٣) الفقرة (٢) من المادة (٤) من القانون اعلاه.
- (٤) الفقرة (٣) من المادة (٣) من القانون ذاته.
- (٥) د. سليمان مرقس ، شرح القانون المدني، ج١، في مصادر الالتزام ، المطبعة العالمية، القاهرة، ١٩٦٤، ص٢٠٢، و د. عبد الرزاق حسن فرج، الإجازة في التصرفات القانونية، دراسة مقارنة في القانون المدني والشريعة الإسلامية ، مطبعة الفجر الجديد، القاهرة، ١٩٨٣، ص٧، و د. غني حسون طه، الوجيز في النظرية العامة للالتزام، الكتاب الأول في مصادر الالتزام ، مطبعة المعارف، بغداد، ١٩٧١، ص٣٠٧.
- (٦) د. محمد جبر الألفي، الفضالة دراسة موازنة في الفقه الإسلامي وقوانين بلدان الشرق الأوسط، ط١، مطبعة دار الثقافة، الأردن، ١٩٩٩، ص٩٥.
- (٧) د. عبد الرزاق حسن فرج، مصدر سابق، ص٧.
- (٨) يتفق المعنى اللغوي للإجازة مع المعنى الاصطلاحي فالإجازة لغةً، من الفعل أجازَ له، أي سُوغَ له وجُوزَ له تجويزاً ، اي بمعنى الأذن بالتصرف محمد بن أبي بكر الرازي، مختار الصحاح، دار إحياء التراث، مؤسسة التاريخ العربي، بيروت، لبنان، ط٤، ٢٠٠٥، ص٨١.

اما التشريع المصري فوفقاً لقانون السجل التجاري يتحقق السلوك الجرمي من خلال مزاوله أي شخص الاعلانات في محل تجاري دون يكون اسم ذلك الشخص مقيداً في السجل التجاري^(١)، وان اجراءات القيد في السجل التجاري تكون من خلال تقديم طلب القيد أو التأشير في السجل التجاري من صاحب الطلب بنفسه أو من خلال مدير المشروع أو الممثل القانوني للشخص الاعتباري أو مدير الفرع^(٢)، والجهة التي يقدم اليها طلب تأسيس أي مكتب أو وكالة أو شركة اعلانات هي مكتب السجل التجاري الموجود في كل منطقة الخاص بتقييد اسماء كافة التجار^(٣) سواء كانوا افراد يزاولون اعمالهم في محل تجاري أو شركات اشخاص أو الشركات المساهمة أو الاشخاص الاعتبارية أو الجمعيات التعاونية أو الاشخاص الطبيعيون أو الاعتباريون الذين يزاولون اعمال الوكالة التجارية بأنواعها المختلفة عن المنشآت الاجنبية^(٤)، والشروط التي يجب توافرها

(١) نصت المادة (١٧) من قانون السجل التجاري المصري على أن " تحظر مزاوله التجارة في محل تجاري الا لمن يكون اسمه مقيدا في السجل الذي يقع في دائرته المحل التجاري .وتكتسب صفة التاجر من تاريخ هذا القيد ما لم تثبت تلك الصفة بطريقة اخرى" .

(٢) نصت المادة (٨) من قانون السجل التجاري المصري رقم ٣٤ لسنة ١٩٧٦ المعدل على أن "يقدم طلب القيد أو التأشير خلال المدة التي تحددها اللائحة التنفيذية لهذا القانون من التاجر او المديرين او الممثلين القانونيين للشخص الاعتباري او مدير الفرع حسب الاحوال الى مكتب السجل التجاري الذي يقع في دائرته المركز الرئيسي او الفرع ولمكتب السجل التجاري ان يكلف الطالب تقديم ما يراه من مستندات تؤيد صحة بيانات الطلب وللمكتب ان يرفض الطلب اذا لم تتوافر فيه الشروط المنصوص عليها في هذا القانون والقرارات الصادرة تنفيذا له ويجب ان يكون قرار الرفض مسيبا وان يبلغ الى صاحب الشأن في كتاب موصى عليه مصحوب بعلم الوصول خلال شهرين من تاريخ تقديمه ، ويجوز لصاحب الشأن الطعن في هذا القرار امام محكمة القضاء الإداري في المواعيد المنصوص عليها للطعن في القرارات الادارية" .

(٣) نصت المادة (١) من قانون السجل التجاري المصري على أن " يعدّ في كل محافظة او مدينة يصدر بتعيينها قرار من وزير التجارة سجل تجاري او أكثر يقيد فيه اسماء التجار الخاضعين لأحكام هذا القانون" .

(٤) نصت المادة (٢) من قانون السجل التجاري المصري على أن " يجب ان يقيد في السجل التجاري:-١- الافراد الذين يرغبون في مزاوله التجارة في محل تجاري.٢-شركات الاشخاص وشركات المساهمة والتوصية بالأسهم وذات المسؤولية المحدودة مهما كان غرضها.٣-الاشخاص الاعتبارية العامة التي تباشر بنفسها نشاطا تجاريا.٤-الجمعيات التعاونية التي تباشر نشاطا تجاريا.٥- الاشخاص الطبيعيون والاعتباريون الذين يزاولون اعمال الوكالة التجارية بأنواعها المختلفة عن المنشآت الاجنبية.ويتعدد القيد بالنسبة للمحل الرئيسي او الفرع او الوكالة او المركز العام للشركة حسب موقع كل منها" .

قبل القيد في السجل التجاري هي ان يحصل على ترخيص من الغرفة التجارية المختصة^(١) وإن يكون لديه بطاقة ضريبية^(٢) وإن يكون مسجلاً في الغرف التجارية^(٣) وإن يتم تقديم اقرار للقيد بسجل وكالات الدعاية والاعلان والتسويق^(٤)، وخطاب مصلحة التسجيل العقاري المختصة^(٥) ومسداً الاشتراكات السنوية^(٦)، أما فيما يتعلق بمدة الاجازة فهي كل خمس سنوات من تاريخ القيد أو من تاريخ اخر تجديد^(٧)، والسن المطلوب لمن يفتح مكتب أو شركة اعلانات فهو بلوغ إحدى وعشرين سنة كاملة^(٨).

وبذلك يتضح أن المقصود بتأسيس مكتب اعلانات وفق التشريع العراقي ومزاولة الاعلانات في محل تجاري وفق التشريع المصري هو ممارسة النشاط الاعلاني بأي صورة سواء من خلال مكتب أو شركة أو وكالة أو دكان أو مؤسسة اعلانية وبأي شكل من الاشكال بدون اذن من الجهة المختصة وفق التشريع

(١) المادة (٣) من قانون السجل التجاري المصري .

(٢) نصت المادة (٧٥) من قانون الضريبة على الدخل المصري رقم ٩١ لسنة ٢٠٠٥ المعدل على أن "يلتزم كل ممول يزاول نشاطاً تجارياً أو صناعياً أو حرفياً أو نشاطاً غير تجاري وكذلك كل من يمارس نشاطاً مهنيّاً بصفة مستقلة أن يتقدم بطلب للمصلحة لاستخراج البطاقة الضريبية على أن تكون هذه البطاقة لمن تقدم ذكرهم ضمن إجراءات التأسيس أو الترخيص بمزاولة المهنة أو النشاط أو تجديده، وعلى المصلحة، أن تصدر له البطاقة الضريبية".

(٣) الفقرة (ب) من المادة (ثانياً) من الملحق الأول لقانون السجل التجاري الصادر بالقرار الوزاري ٩٤٦ لسنة ١٩٧٦ .

(٤) نموذج القيد منشور على موقع وزارة التجارة والصناعة المصري ، تاريخ الزيارة ٢٠٢٢/٣/١٥ ، وقت الزيارة الساعة ١١ مساءً

<https://www.goeic.gov.eg/upload/online/2021/01/documents/files/ar/638.pdf>

(٥) نموذج الخطاب منشور على موقع وزارة التجارة والصناعة المصري ، تاريخ الزيارة ٢٠٢٢/٣/١٥ ، وقت الزيارة الساعة ١١.٣٠ مساءً.

<https://www.goeic.gov.eg/upload/online/2021/01/documents/files/ar/642.pdf>

(٦) نصت المادة (٢٥) من قانون الغرف التجارية المصري رقم ١٨٩ لسنة ١٩٥١ المعدل على أن "يؤدى كل تاجر - شخصاً طبيعياً كان أو اعتبارياً - لكل غرفة تجارية يوجد له في دائرة اختصاصها المحل الرئيسي أو المركز العام أو فرع أو أكثر أو وكالة أو أكثر ، اشتراكاً سنوياً بواقع ٢ في الألف من رأس المال المدفوع والمثبت بالسجل التجاري بما لا يقل عن أربعة وعشرين جنيهاً ولا يجاوز ألفي جنيه . كما يؤدى التاجر المتأخر عن سداد الاشتراك في المواعيد المقررة في اللائحة التنفيذية لهذا القانون تعويضاً سنوياً عن هذا التأخير يعادل (٢٥ %) من قيمة الاشتراك السنوي...."

(٧) نصت المادة (٩) من قانون السجل التجاري المصري على " يجدد القيد في السجل التجاري كل خمس سنوات من تاريخ القيد او من تاريخ اخر تجديد ويقدم الطلب من اصحاب الشأن الموضحين في المادة السابقة خلال الشهر السابق لانتهاء المدة ويقبل الطلب اذا قدم خلال التسعين يوم التالية لانتهاء المدة على ان يؤدى للرسم في هذه الحالة مضاعفاً...."

(٨) الفقرة (أ) من المادة (١١) من القانون التجاري المصري.

العراقي وبدون القيد في السجل التجاري وفق التشريع المصري لان هذا المعنى هو الاقرب للعللة التشريعية من التجريم كما ان الذهاب بخلاف هذا المعنى فيه تفويت لتجريم الكثير من حالات ممارسة النشاط الاعلاني من قبل افراد أو شركات بدون تأسيس مكاتب اعلانية أو محال تجارية متخصصة بالاعلانات وبالتالي فكل ممارسة للنشاط الاعلاني دونما تحقيق الشروط الشكلية اللازمة لممارسة هذا النشاط يعد محققاً للسلوك الجرمي ، وقد تم اعتماد اسم جريمة تأسيس مكتب اعلانات بدون اجازة دون اسم جريمة ممارسة النشاط الاعلاني بدون اجازة مسايرة للنص الوارد في قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان^(١).

ومن الجدير بالإشارة إن هذه الجريمة لا تتحقق بسلوك سلبي الذي هو الامتناع عن فعل ايجابي أمر به القانون^(٢)، في حين ان التأسيس أو ممارسة العمل الاعلاني يكون بنشاط ايجابي .

وفيما يتعلق بثاني عناصر الركن المادي وهو النتيجة الجرمية ففي هذه الجريمة تكون النتيجة بحسب مدلولها القانوني وليس وفقاً للمدلول المادي فلا يوجد تغير يحدث في العالم الخارجي كأثر للسلوك الاجرامي^(٣) حيث ان السلوك الجرمي المتمثل بتأسيس المكتب بدون اجازة وفقاً للمشرع العراقي أو مزاوله العمل الاعلاني بدون القيد في السجل التجاري وفقاً للمشرع المصري يكفي لتحقيق النتيجة بمفهومها المادي ، ولا يشترط ان يحصل ضرر معين او نتيجة مادية نتيجة تأسيس المكتب الاعلاني حيث ان هذه الجريمة تعد من جرائم السلوك المجرد.

اما علاقة السببية فجريمة تأسيس مكتب اعلانات بدون اجازة تُعد جريمة شكلية تتحقق بمجرد ارتكاب السلوك الجرمي ولا يستلزم تحقق نتيجة جرمية وعلاقة سببية تربط بين السلوك الجرمي بتلك النتيجة عليه فلا مسوغ لبحث علاقة السببية وموقف التشريعات محل المقارنة منها، لأنها لا تثير اي مشكلة .

(١) المادة (٢) من قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان العراقي .

(٢) د. سليم حربيه، جرائم الامتناع في التشريع العراقي- دراسة مقارنة، مجلة القانون المقارن تصدرها جمعية القانون المقارن العراقية، العدد ١٦، السنة ١٩٨٥، ص ١٦٨.

(٣) د. معن احمد الحياياري ، مصدر سابق ، ص ١٩٣ .

وبالنسبة للشروع فعلى الرغم من أن جريمة تأسيس مكتب اعلانات بدون اجازة من جرائم الخطر،
وتتحقق بمجرد ارتكاب السلوك الاجرامي، الا انه من الممكن تصور تحقق الشروع فيها كمن يقوم بتهيأة
المكتب الاعلاني ويضع عليه لافتة تعريفية ويجهزه بالمكائن والادوات اللازمة ثم يغلق ذلك المكتب من تلقاء
نفسه قبل ممارسة عمله الاعلاني بعد وصول العلم لدية بعلم السلطات المختصة بارتكابه للمخالفة ، كما ان
المشرع العراقي عندما عرف الشروع اشترط في تطبيقه ان يكون بقصد ارتكاب جنائية أو جنحة ^(١) وأن هذه
الجريمة من وصف جنحة وبالتالي يمكن تحقق الشروع فيها.

وبخصوص المساهمة فهي قد تكون مساهمة اصلية وقد تكون مساهمة تبعية ، فقد يقوم المعلن لوحده
بارتكاب الجريمة ويكون هو الفاعل وهذا هو الغالب وذلك بأن يقوم بتأسيس مكتب او شركة او وكالة
اعلانات بدون اجازة ، او قد يقوم عدة اشخاص بارتكابها حيث يعد فاعلاً لها من ارتكبا لوحده او مع غيره
او ساهم مع غيره في ارتكابها اذا كانت تتكون من عدة أفعال فقام الفاعل عمداً أثناء ارتكابها بعمل من
الاعمال المكونة للجريمة ، أو من خلال دفع شخص غير مسؤول جزائياً على ارتكابها-وهي حالة من
الصعب تحققها- ، كأن يقوم عدة اشخاص بتأسيس مكتب اعلانات ويقوم احدهم بتجهيز المكان والآخر
بتوفير المواد والاجهزة ويتم مزاولتهم للعمل في المكتب.

أما الشريك في هذه الجريمة هو كل من يحرض على ارتكاب فعل تأسيس مكتب الاعلانات بدون
إجازة فتم ارتكاب الفعل بناء على هذا التحريض، أو كل من اتفق على غيره على ارتكاب الفعل فوقعت
الجريمة بناءً على هذا الاتفاق ، أو من قدم مساعدة على ارتكاب الجريمة مع علمه بها أو قام بمساعدة
الفاعل عمداً بأي طريقة أخرى لارتكابها.

(١) المادة (٣٠) من قانون العقوبات العراقي ، والمادة (٤٥) من قانون العقوبات المصري
والمادة (٣٠) من قانون العقوبات الجزائري.

وأخيراً لابد من الإشارة الى إن الاعلانات الحكومية عادة لا تمارس عن طريق مكاتب الاعلانات بل تخضع للقوانين الخاصة المنظمة لها كقانون الطرق العامة العراقي الذي حدد الجهة التي تمنح الاذن بالاعلان بأنها الهيئة العامة للطرق والجسور^(١)، وكذلك بالنسبة للاعلانات الصحية فيتم منح الاجازة للاعلان عن الادوية من قبل وزارة الصحة^(٢)، وبالتالي فالاعلانات الحكومية يتم مباشرتها بوسائل واساليب تختلف عن الاعلانات التجارية الا أن ذلك لا يمنع من التجاء بعض الجهات الحكومية الى المكاتب والوكالات الاعلانية لإجراء اعلانات لها لموضوع ما لاسيما في الاعلانات التجارية الحكومية كالمعارض الدولية وغيرها ، ونرى اغلب الاعلانات الحكومية هي في حقيقة الامر تمثل قرارات إداريه أو اعمامات أو توجيهات سار العرف الاداري على اطلاق تسمية اعلانات عليها في حين انها بعيدة عن اهداف وخصائص وجهات اصدار الاعلانات.

الفرع الثاني

الركن المعنوي

تعد جريمة تأسيس مكتب اعلانات بدون اجازة من الجرائم العمدية لذلك فإن ركنها المعنوي يتمثل بالقصد الجرمي، وللقصد الجرمي عنصران هما العلم والارادة ، والعلم هنا يتمثل بعلم مرتكب الجريمة أنه يؤسس مكتب اعلانات بدون اجازة بالنسبة للتشريع العراقي أو يزول الاعلانات بدون القيد في السجل المخصص

(١) الفقرة (اولاً) من المادة (٨) من قانون الطرق العامة العراقي ، وتقابها المادة (٨) من قانون الطرق العامة المصري الذي حدد الجهة التي تمنح الاذن في وضع الاعلانات على الطرق بأنها الجهة المشرفة على الطريق .

(٢) المادة (١) من تعليمات المكاتب العلمية لدعاية الادوية وفق قانون مزاولة مهنة الصيدلة والاتجار بالأدوية والمواد السامة العراقية ، تقابلها المادة (١) من قرار مجلس الوزراء المصري بتشكيل اللجنة العليا لمنح ترخيص الاعلان عن المنتج والخدمات الصحية المرقم ٣٠٢ لسنة ٢٠٢٢ الذي اناط باللجنة العليا لمنح ترخيص الاعلان منح الاذن بالاعلانات الصحية والذي جاء تنفيذاً للمادة (٣) من قانون تنظيم الاعلان عن المنتجات والخدمات الصحية المصري التي نصت على أن "تشكل بقرار من رئيس مجلس الوزراء لجنة عليا تختص بمنح الترخيص بالاعلان عن اي منتج صحي او خدمة صحية....".

لذلك وهو السجل التجاري بالنسبة للتشريع المصري ، وإن يكون لديه الوعي الكامل بحقيقة الوقائع الجوهرية اللازمة لقيام الجريمة وبمدى صلاحية سلوكه الجرمي الذي ارتكبه في احداث النتيجة الجرمية كأثر له^(١)، ولا تتطلب الجريمة العلم بنتيجة هذا السلوك لأن هذه الجريمة تعد من الجرائم الشكلية التي يكون فيها العلم مفترض ولا يقبل الدفع بالجهل أو الغلط^(٢)، ولا يتصور تحقق الجريمة بالخطأ لأن الخطأ يتحقق بتصرف لا يخالف الحيطة التي تتطلبها حياة الفرد الاجتماعية أو هو كل فعل أو امتناع إرادي تترتب عليه نتائج لم يقصدها الفاعل ولكن كان في وسعه ومن الواجب عليه ان يتجنبها^(٣)، في حين ان تأسيس مكتب أو شركة الاعلانات هو سلوك يتطلب الاعداد والتهيؤ وتوفير المستلزمات للقيام بذلك وهو ليس فعل أني ممكن ان يتم بغفلة أو عدم حيطة أو بأي صورة من صور الخطأ.

اما من حيث الزمن الذي يشترط فيه العلم بالجريمة، فلا يتطلب ارتكاب الجريمة زمن محدد فهي تتحقق بأي وقت يتم فيه ارتكاب السلوك المتمثل بتأسيس المكتب او مزاولة الاعلانات بدون اجازة ، ويثار هنا سؤال حول هل يعد العلم متحققاً اذا تم تأسيس مكتب الاعلانات او مزاولة الاعلانات بعد الغاء الاجازة الممنوحة سابقاً أو سحبها ؟ لقد نظم قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان العراقي الغاء الاجازة وسحبها في المادتين (١١، ١٢)، فالاجازة تعد ملغاة عند عدم تجديدها خلال الستة أشهر التالية لانتهاؤ مفعولها وكذلك اذا توفي صاحب المكتب أو فقد شرطاً من شروط الاجازة المنصوص عليها قانوناً أو انقطعت صلته بالمكتب^(٤)، وفيما يتعلق بسحب الاجازة فقد منح القانون للوزير وللمحافظ سلطة سحب الاجازة اذا اقتضت ذلك المصلحة العامة أو متطلبات الأمر وله اعادة منحها بعد تقديم طلب بذلك اذا

(١) د . سلطان عبد القادر الشاوي و د . محمد عبد الله الوريكات ، مصدر سابق ، ص ٢٣١ .

(٢) د . علي عبد القادر القهوجي ، مصدر سابق، ص ٤٠٠ .

(٣) د . محمود نجيب حسني، شرح قانون العقوبات- القسم العام، مصدر سابق، ص ٦١٧ - ٦٢٨ ، ود . محمود محمود مصطفى ، مصدر سابق، ص ٤١٩ .

(٤) نصت المادة (١١) من قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان العراقي على أن "١ - اذا توفي صاحب المكتب او فقد شرطاً من شروط الاجازة المقررة قانوناً او انقطعت صلته بالمكتب تعتبر الاجازة ملغاة. ٢ - اذا توفي احد اصحاب المكتب او فقد شرطاً من شروط الاجازة او انقطعت صلته بالمكتب تعتبر الاجازة ملغاة مؤقتاً لحين استحصال موافقة الوزارة على استئناف اعمال المكتب".

زالت الاسباب التي اقتضت سحبها^(١)، أما قانون السجل التجاري المصري فقد نظم احكام الغاء الاجازة دون سحبها والغاء الاجازة يتم من خلال محو القيد عند عدم تقديم طلب التجديد بعد مضي تسعين يوماً من تاريخ إنذاره بانتهاء مدة القيد^(٢) وكذلك في حالتي اعتزال التاجر تجارته ومغادرته البلاد نهائياً أو وفاته وحالة انتهاء تصفية الشخص الاعتباري أو توقف نشاطه^(٣).

وبذلك يتضح ان العلم يُعدّ متحققاً في حال كان الجاني عالماً بتأسيس المكتب او مزولة الاعلانات في وقت الغاء الاجازة أو سحبها أي انه عالماً بأن سلوكه بهذا الوقت يعد كمن لم يكن لديه اجازة مطلقاً .

أما الإرادة فتعني ارادة السلوك المكون للجريمة المتمثل بتأسيس المكتب بدون إجازة بالنسبة للتشريع العراقي او مزولة الاعلانات بدون قيد في السجل التجاري بالنسبة للتشريع المصري وإرادته نتيجته وهي ممارسة ذلك النشاط والحصول على مزاياه مما يعد اعتداءً على الحق الذي يحميه القانون كما يجب توافر ارادة كل واقعة من الوقائع التي تعد جزءاً من ماديات الجريمة^(٤)، وتعد الارادة متحققة وإن لم يتم ممارسة هذا النشاط الاعلاني لأي سبب كان طالما ان المكتب تم تأسيسه وكانت الوسائل والاساليب الكفيلة بمزولة الاعلانات متوافرة دون الاعتداد بالبواعث التي دفعت لذلك سواء أكان الربح أو الاضرار بسمعة شخص أو الانتقام أم غيرها^(٥)، ويشترط أن تكون ارادة الجاني حرة مختارة، اتجهت نحو ارتكابها

(١) المادة (١٢) من قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان العراقي والفقرة (ثالثاً) من المادة (٣) تعليمات رقم (٤) لسنة ١٩٩٤ تعديل مكتب الدعاية والنشر والاعلان .

(٢) نصت المادة (٩) من قانون السجل التجاري المصري على "ويمحى القيد في حالة عدم تقديم طلب التجديد بعد مضي تسعين يوماً من تاريخ انذاره بكتاب موصى عليه مصحوباً بعلم الوصول " .

(٣) نصت المادة (١٠) من قانون السجل التجاري المصري على أن " على التاجر او من ينول اليه المحل التجاري او الممثلين القانونيين للشخص الاعتباري حسب الاحوال ان يطلبوا طبقاً للأوضاع المقررة محو القيد في السجل التجاري في الاحوال الآتية :-١- اعتزال التاجر تجارته . ومغادرته البلاد نهائياً او وفاته ٢-انتهاء تصفية الشخص الاعتباري او توقف نشاطه" .

(٤) د . عبد العزيز عامر ، مصدر سابق ، ص ٣٢٩ .

(٥) د . محمد سعيد النمر ، مصدر سابق ، ص ٣٥٧ .

بصورة عمدية ، فمن الثابت أن لا تتم المسائلة الجزائية لما يرتكب من افعال ، إلا إذا كانت هذه الأفعال صادرة عن إرادة حرة^(١).

وعليه يشترط ان يعلم الجاني بأنه يؤسس مكتب اعلانات بدون اجازة ولا يمكن له ان يحتج بأنه لا يعلم بان القانون قد فرض عليه واجب الحصول على اجازة لان الجهل بالقانون لا يعتد به، إلا إنه يرد استثنائيين على ذلك الاستثناء الأول حالة القوة القاهرة، والاستثناء الثاني حالة الاجنبي^(٢).

المطلب الثاني

عقوبة جريمة تأسيس مكتب اعلانات بدون اجازة.

تُرتب التشريعات جزاءً جنائياً على كل من يرتكب جريمة تأسيس مكتب اعلانات بدون اجازة ، أي إذا كان الجاني أهلاً للمسؤولية الجزائية يتم إيقاع العقوبة المقررة استناداً إلى مبدأ لا جريمة ولا عقوبة إلا بنص ، والعقوبة أما أن تكون عقوبة أصلية أو عقوبة فرعية وهذا ما سنوضحه من خلال تقسيم هذا المطلب على فرعين نخصص الأول لبيان العقوبات الاصلية ونبتاول في الثاني العقوبات الفرعية.

(١) د. مأمون محمد سلامه ، الفكر الفلسفي وأثره في التجريم والعقاب، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٧، ص ٩٢.

(٢) نصت المادة (٣٧) من قانون العقوبات العراقي نصت على أن " ١- ليس لأحد أن يحتج بجهله بأحكام هذا القانون او أي قانون عقابي آخر ما لم يكن قد تعذر علمه بالقانون الذي يعاقب على الجريمة بسبب قوة قاهرة . ٢- للمحكمة ان تعفو من العقاب الأجنبي الذي يرتكب جريمة خلال سبعة أيام على الأكثر تمضي من تاريخ قدومه إلى العراق إذا ثبت جهله بالقانون وكان قانون محل إقامته لا يعاقب عليها".

الفرع الأول

العقوبات الاصلية

اختلفت التشريعات محل الدراسة في تحديد مقدار العقوبة الاصلية المنصوص عليها لجريمة تأسيس مكتب اعلانات بدون اجازة ، فالمشروع العراقي عاقب في الفقرة (١) من المادة (١٤) من قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان كل من يخالف اجراءات التأسيس إذ نصت على أن "١- يعاقب المخالف لأحكام المادة الثانية بغلق المكتب وبغرامة لا تقل عن مائة دينار ولا تزيد على ثلاثمائة دينار"^(١)، ويتضح ان النص جاء عاماً بتجريم كافة افعال مخالفة اجراءات التأسيس دون أن يقصرها على مرحلة من مراحل التأسيس أو اجراء معين.

ويتضح من النص ان هذه الجريمة من وصف الجنحة^(٢) ، وإن المشروع أخذ بعقوبة الغرامة كعقوبة اصلية منفردة جزاءً لفعل تأسيس مكتب اعلانات بدون اجازة، والمحكمة تحدد مبلغ الغرامة بين حديها حسب حالة المحكوم عليه وظروفه المالية والاجتماعية وما افاده من الجريمة أو كان يتوقع افادته منها وظروف الجريمة وكذلك حسب حالة المجنى عليه^(٣) ويلتزم المحكوم عليه بدفع قيمة الغرامة المفروضة عليه والا تطبق عليه احكام المادة (٩٣) من قانون العقوبات^(٤).

(١) نصت المادة (٢) من قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان على أن " يؤسس المكتب من شخص او اكثر بإجازة من الوزارة"
 (٢) الفقرة (٢) من المادة (٢٦) من قانون العقوبات العراقي.
 (٣) المادة (٩١) من قانون العقوبات العراقي .
 (٤) نصت المادة (٩٣) على " ١- اذا حكم على مجرم بالغرامة سواء أكانت مع الحبس ام بدونه فالمحكمة ان تقضي بحبسه عن عدم دفعه الغرامة مدة معينة لا تزيد على نصف الحد الاقصى المقرر للجريمة اذا كان معاقب عليها بالحبس والغرامة.٢- واذا كانت الجريمة معاقباً عليها بالغرامة فقط ، فتكون مدة الحبس الذي تقضي به المحكمة في حال عدم دفع الغرامة يوماً عن كل نصف دينار على ان لا تزيد مدة الحبس في جميع الاحوال على سنتين "

وحيث ان الحد الاعلى لعقوبة الغرامة في الجرح هو ان لا يزيد عن (١٠٠٠٠٠٠٠) مليون دينار^(١) وهي عقوبة يسيرة مقارنة بالفعل المرتكب ولا تفي بالغرض من فرض هذه العقوبة مالم يكن الجزاء الجنائي قائم على سلب حرية الشخص مدة معينة لكي يكون أكثر فاعلية في الردع العام والخاص وندعو المشرع العراقي ان يأخذ بتشديد العقوبة على مرتكبي هذه الجريمة او ان يأخذ بالغرامة النسبية التي تتسجم مع الفعل .

أما المشرع المصري فقد حضرت المادة (١٧) من قانون السجل التجاري مزولة العمل التجاري الا لمن يكون اسمه مقيداً في السجل التجاري إذ نصت على أن "تحظر مزولة التجارة في محل تجارى الا لمن يكون اسمه مقيدا في السجل الذى يقع في دائرته المحل التجاري، وتكتسب صفة التاجر من تاريخ هذا القيد ما لم تثبت تلك الصفة بطريقة اخرى" ، وعاقبت المادة (١٩) من يخالف ذلك إذ نصت على أن " كل مخالفة اخرى لأحكام هذا القانون أو القرارات المنفذة له يعاقب مرتكبها بغرامة لا تقل عن (١٠) جنيه ولا تجاوز (١٠٠) جنيه وتضاعف العقوبة في حالة العود ، وفي حالة مخالفة المادة (١٧) تأمر المحكمة فضلا عن الحكم بالغرامة بإغلاق المحل"، ومن خلال النص يتضح ان المشرع المصري عاقب بالغرامة كعقوبة اصلية لمرتكب هذه الجريمة اضافة للعقوبة التكميلية المتمثلة بأغلاق المحل^(٢)، وأن هذه الجريمة من وصف المخالفة^(٣) .

وفيما يتعلق بالعقوبة المقترنة بظرف مشدد فلم ينص قانون العقوبات العراقي على ظرف مشدد خاص بجريمة تأسيس مكتب اعلانات بدون اجازة ، إلا أن الظروف المشددة العامة الواردة في

(١) عدل مبلغ الغرامات بموجب القانون رقم (٦) لسنة ٢٠٠٨ للمزيد ينظر الهامش رقم (١) من الصفحة (٢٤) من الاطروحة واصبح مبلغ الغرامة في الجرح مبلغاً لا يقل عن (٢٠٠٠٠١) منتي ألف دينار وواحد و لا يزيد على (١٠٠٠٠٠٠) مليون دينار.

(٢) على الرغم من عدم تناول قانون العقوبات المصري العقوبات التكميلية الا ان النص الخاص في هذا القانون ينص على عقوبة تكميلية هي غلق المحل لا يمكن الحكم بها بمفردها الا بعد الحكم بالعقوبة الاصلية المتمثلة بالغرامة .

(٣) نصت المادة (١٢) من قانون العقوبات المصري على " المخالفات هي الجرائم المعاقب عليها بالغرامة التي لا يزيد أقصى مقدارها على مائة جنيه".

المادة (١٣٥) من القانون ذاته تسري عليها ، وفي حال توافر احد هذه الظروف المشددة العامة فيجوز للمحكمة الحكم بالحبس مدة تبلغ ضعف المدة التي يمكن ان يحكم بها^(١) على ان لا تزيد مدة الحبس في جميع الاحوال على اربع سنوات^(٢).

أما قانون العقوبات المصري والجزائري فلم ينصا على ظروف مشددة خاصة بجريمة تأسيس مكتب إعلانات بدون اجازة علاوة على خلوهما من ظروف مشددة عامة .

الفرع الثاني

العقوبات الفرعية

على الرغم من النص على العقوبات الفرعية وتنظيم احكامها في قانون العقوبات الا انه ليس جميع تلك العقوبات يمكن الحكم بها وإنما هنالك عقوبات يحكم بها على جرائم من وصف معين دون الاخرى، فبالنسبة للعقوبات التبعية لا يمكن ان تلحق من حُكم عليه في هذه الجريمة لأنها تستتبع الاحكام الصادرة بالسجن المؤبد او المؤقت او بعض الجرائم المحددة بالنص، في حين ان عقوبة هذه الجريمة لا تصل الى السجن كما ان هذه الجريمة ليس من ضمن الجرائم المشمولة بمراقبة الشرطة^(٣).

أما العقوبات التكميلية فأن عقوبتي الحرمان من بعض الحقوق والمزايا ونشر الحكم لا يمكن الحكم بهما لان الاولى تشترط في الجريمة أن تكون من وصف جنائية او جنحة تصل عقوبتها لمدة تزيد عن سنة، أما

(١) حددت الفقرة (٢) من المادة (٩٣) من قانون العقوبات العراقي المدة التي يمكن الحكم بها بنصها على ان "٢- وإذا واذا كانت الجريمة معاقبا عليها بالغرامة فقط فتكون مدة الحبس الذي تقضي به المحكمة في حالة عدم دفع الغرامة يوما عن كل خمسين الف دينار على ان لا تزيد مدة الحبس في جميع الاحوال على ستة اشهر.

(٢) الفقرة (٣) من المادة (١٣٦) اجازت الحكم بالحبس في حال توافر ظرف مشدد للجريمة المعاقب عليها بالغرامة فقط مدة تبلغ ضعف التي يمكن ان يحكم بها على ان لا تزيد مدة الحبس في جميع الاحوال على اربع سنوات .

(٣) المواد (٩٦،٩٩) من قانون العقوبات العراقي ، المادة (٢٨) من قانون العقوبات المصري، أما قانون العقوبات الجزائري فلم ينص عليها

الثانية فيتطلب ان تكون الجريمة من وصف جنائية^(١) في حين ان وصف هذه الجريمة هي جنحة وعقوبتها هي الغرامة فقط، أما عقوبة المصادرة فيمكن الحكم بها عند الحكم في جنائية او جنحة^(٢)، والمصادرة تعني وفقاً للمفهوم العام اخراج مال منقول من حيازة الجاني وادخاله في حيازة الدولة بدون مقابل^(٣)، فهي تمثل جزءاً جنائياً يتمثل بالاستيلاء على مال له علاقة بجريمة وقعت لحساب الدولة وهي وفقاً للتشريع العراقي تكون دائماً عقوبة تكميلية، وان هذا الاستيلاء لحساب الدولة يكون على الأموال أو الأشياء ذات الصلة بالجريمة سواء وقعت هذه الأخيرة بالفعل أم كان يخشى وقوعها وتتم بواسطة حكم قضائي^(٤)، وبذلك فهي عقوبة ناقله للملكية جوهرها حلول الدولة محل المحكوم عليه أو غيره في ملكية مال^(٥)، وتعد هذه العقوبة ملائمة للشخص الطبيعي وكذلك الشخص المعنوي^(٦)، وللمحكمة في حالة الحكم بالإدانة في جنائية او جنحة أن تصدر حكمها بمصادرة ما تحصل من الجريمة من الأشياء المضبوطة او الاشياء التي استعملت في ارتكابها أو التي كانت معدة لاستعمالها فيها^(٧)، وبالتالي يجوز للقاضي فرض عقوبة المصادرة للأشياء المضبوطة او التي استعملت في ارتكاب تأسيس مكتب اعلانات بدون اجازة وذلك لان هذه الجريمة تعتبر من جرائم الجنح .

(١) المادتان (١٠٠، ١٠٢) من قانون العقوبات العراقي، وتقابلها المادة (٩/مكرر) من قانون العقوبات الجزائري.

(٢) المادة (١٠١) من قانون العقوبات العراقي، وتقابلها المادة (١٥/مكرر/١) من قانون العقوبات الجزائري.

(٣) د. فخري عبد الرزاق الحديثي، شرح قانون العقوبات، مصدر سابق، ص ٤٤.

(٤) د. سليمان عبد المنعم، النظرية العامة لقانون العقوبات، مصدر سابق، ص ٧٥٥. وللمزيد من التعاريف ينظر: محمد عبد الله علي مطر الخزيمي، التنظيم القانوني للمصادرة، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة القاهرة، ٢٠٠٧، ص ١٠.

(٥) د. محمود نجيب حسني، شرح قانون العقوبات - القسم العام، مرجع سابق، ص ٧٩١.

(٦) المادة (٨٤) من قانون العقوبات العراقي.

(٧) نصت المادة (١٠١) من قانون العقوبات العراقي على أن " فيما عدا الاحوال التي يوجب القانون فيها الحكم بالمصادرة يجوز للمحكمة عند الحكم بالإدانة في جنائية او جنحة ان تحكم بمصادرة الاشياء المضبوطة التي تحصلت من الجريمة او التي استعملت في ارتكابها او التي كانت معدة لاستعمالها فيها. وهذا كله بدون اخلال بحقوق الغير الحسن النية. ويجب على المحكمة في جميع الاحوال ان تأمر بمصادرة الاشياء المضبوطة التي جعلت اجرا لارتكاب الجريمة".

أما بالنسبة للتدابير الاحترازية فإن معظمها لا يتناسب مع طبيعة ووصف هذه الجريمة، إلا ان هنالك بعض التدابير يمكن الحكم بها كتدبير غلق المحل وتدبير المصادرة ، فبالنسبة لغلق المحل فالمقصود منه المنع من استمرار صاحب المحل من مباشرة عمله الذي استخدمه في جريمته من خلال اغلاق المحل أو المؤسسة ومنعه من ممارسة النشاط الذي كان يمارسه قبل الحكم بالإغلاق ومدة الاغلاق تترك لتقدير قاضي الموضوع حسب وقائع وظروف كل دعوى والعلة من وراء فرض هذا التدبير وهي الخطورة الناشئة من مزاوله العمل^(١)، ويستتبع الغلق منع مباشرة ذلك العمل نفسه في المحل او المؤسسة أو الوكالة ذاتها سواء كان بوساطة المحكوم عليه أو أحد افراد اسرته او أي فرد آخر يكون المحكوم عليه قد أجر له المحل أو نزل له عنه بعد وقوع الجريمة، وقد أجاز قانون العقوبات العراقي للمحكمة عند الحكم على شخص لجناية أو جنحة أن تأمر بالغلق المكان الذي استخدم في ارتكاب الجريمة لمدة لا تقل عن شهر ولا تزيد على سنة...^(٢) ، وبما أن عقوبة جريمة تأسيس مكتب اعلانات بدون إجازة من وصف الجرح فيمكن للمحكمة ان تأمر بفرض هذا التدبير ، أما المصادرة فيجب الحكم بها لمصادرة الاشياء والمضبوطات التي يعد عملية صنعها أو إحرازها أو حيازتها أو استعمالها أو بيعها أو عرضها للبيع جريمة في ذاته^(٣).

أما قانون العقوبات المصري فقد خلا من النص على التدابير الاحترازية، في حين إن قانون العقوبات الجزائري نظم أحكام التدابير الاحترازية وأطلق عليها تسمية تدابير الامن إلا إن هذه التدابير لا تسري على جريمة تأسيس مكتب اعلانات بدون اجازة حيث نصت المادة (١٩) من قانون العقوبات الجزائري على أن " تدابير الأمن هي:- الحجز القضائي في مؤسسة استشفائية للأمراض العقلية، ٢- الوضع القضائي في مؤسسة علاجية".

(١) د. كامل السعيد ، شرح الاحكام العامة في قانون العقوبات ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، ٢٠١٩ ، ص ٦٦١ .
 (٢) المادة (١٢١) من قانون العقوبات العراقي .
 (٣) المادة (١١٧) من قانون العقوبات العراقي .

الفصل الثالث

بعض الجرائم المخالفة للضوابط الموضوعية للإعلانات

يَعتمد بعض التجار وفي سبيل تحقيق أكبر قدر من الأرباح إلى تجاوز اساليب المبالغة في إبراز مزايا ومحاسن السلع والخدمات التي يعلنون عنها، و يصل بهم الأمر في بعض الأحيان الى حد ممارسة الغش في اعلاناتهم، أو استخدام أساليب اعلانية اغرائية تجذب أكبر عدد من الأفراد حتى وإن كانت تلك الاساليب ماسّة بالمعتقدات والتقاليد الراسخة، وإن هذه الصور من الإعلانات تعدّ من أخطر المشاكل التي أصبحت شائعة في الوقت الحاضر نظراً لارتباطها بالمستهلكين عموماً وما لذلك من أثر في حياتهم وصحتهم وعاداتهم وشتى مجالات حياتهم، لذا دأبت أغلب التشريعات لمعالجة ذلك من خلال تجريم تلك الافعال سواء في التشريعات الخاصة أم بقانون العقوبات ومن أهم تلك التشريعات الخاصة هي ما جاء بالقوانين الخاصة بحماية المستهلك، التي تسعى الى الحفاظ على صحة المستهلكين وسلامتهم والحد من ممارسات الغش، وتستهدف إقرار مبدأ العدل والمساواة بين المجهزين ومستهلكي السلع ومنتقي الخدمات .

وتتدخل التشريعات العقابية عادةً لتجريم بعض الأفعال التي تهدد النظام الاجتماعي أما لجسامة الضرر الذي يلحق بالمجتمع أو الأفراد أو أن ممارسة تلك الافعال تشجع على ارتكاب أفعال أكثر خطورة كالجرائم الماسة بالآداب العامة والعادات السائدة في المجتمع ، فعلى الرغم من حرية ممارسة النشاط الاعلاني في أغلب الدول إلا أن تلك الحرية يجب أن لا تخل بتلك القواعد الاخلاقية والاجتماعية العامة لكونها تخدش حياء الافراد وبعض معتقداتهم ، حيث أن السعي لتحقيق الارباح ومواكبة التطورات في شتى المجالات يجب أن لا يكون مدعاة لخرق الحياء العام أو الآداب العامة ، وعلى الرغم من حرية ممارسة النشاط الاعلاني في أغلب الدول إلا أن هذه

الحرية يجب أن لا تكون ماسة بالأداب العامة والعادات السائدة في المجتمعات والتي باتت تمثل قواعد أخلاقية واجتماعية عامة تخدم حياة الافراد ومعتقداتهم .

وحيث ان نطاق الدراسة لا يتسع لتناول كافة نماذج الجرائم المخالفة للضوابط الموضوعية للاعلانات سواء المنصوص عليها في القوانين الخاصة أو القوانين العقابية، عليه سنقتصر على جريمتين فقط معتمدين في ذلك على شيوعهما وأهميتهما، وعليه سنقسم هذا الفصل على مبحثين نتناول في المبحث الأول جريمة ممارسة المعلن الغش في الاعلانات التجارية ، وسنخصص المبحث الثاني لجريمة الاعلان عن الاشياء المخلة بالحياء أو الآداب العامة .

المبحث الأول

جريمة ممارسة المعلن الغش في الاعلانات التجارية

تعد الاعلانات التجارية أحد أنواع الاعلانات المهمة وأكثرها شيوعاً نظراً لما تحتويه من فوائد للمستهلكين والتجار والمنتجين والموزعين فضلاً عن دورها في تنشيط التجارة والاقتصاد ، ومما لا يخفى على أحد ازدياد ظاهرة ممارسة الغش في الاعلانات التجارية سواء بالسلع والمنتجات أو بالخدمات المختلفة ، فقد أصبح الغش في تلك الاعلانات من أبرز الظواهر الخطيرة التي يتعرض لها المستهلك ، وقد اتسع نطاق هذه الظاهرة بشكل مخيف في السنوات الاخيرة نتيجة تأثير التطور التكنولوجي الذي وفر العديد من الوسائل والأساليب الحديثة التي تسهل عملية ارتكاب هذه الجريمة، كذلك كان لازدياد نشاط الدول الصناعية وتنافسها الأثر الفاعل في اتباع الأساليب المختلفة التي من شأنها جذب الباعة وإغراء المستهلكين، مخفين عيوب تلك السلع والخدمات من خلال اعلاناتهم التجارية واللجوء الى وسائل التنافس غير المشروع في عرضها ، وحيث أن أغلب الاعلانات لا تكون صادقة بالمعنى الدقيق للكلمة وحتى لو كانت الصفات المعلن

عنها حقيقية فإنها لا تمثل إلا الجانب الايجابي للسلع والخدمات ولا تتطرق للصفات السلبية لها، لذا فإن هذا الجانب سيبقى دائماً في الخفاء ولا يظهر عند الإعلان عن تلك السلع أو الخدمات.

وإن أبرز مظاهر الغش التجاري تكون في مجال تداول السلع والمنتجات التي تعد جريمة ممارسة المعلن الغش في الاعلانات التجارية الصورة الاكثر شيوعاً فيها، فالسعي متواصل لاتخاذ الوسائل والسبل الكفيلة بالحد من تلك الافعال في الاعلانات التجارية وفرض العقوبات الملائمة لها بهدف التقليل من آثارها السلبية قدر الامكان، ولاسيما وإن هذه الجريمة تتعلق بحماية كافة المستهلكين من الغش في الاعلانات التجارية التي تعد جزءاً من حياتهم ، وعلى الرغم من أن مفهوم المستهلك المقصود بالحماية من الغش في الاعلانات لم يتحدد بالمعنى القانوني الدقيق^(١)، فكل شخص منا هو مستهلك ولا يمكن لأي أحد أي بلغت قوته الاقتصادية وخبراته الفنية أن يمارس دور المنتج على الدوام حيث انه مضطر لأن يكون مستهلكاً لسلعة ما أو لعدة سلع^(٢)، وبالتالي كل شخص منا بحاجة لحمايته من الغش في الاعلانات التجارية وما يرافقها من المبالغة والآثاره غير المسموح بها بغية حماية المستهلك العادي^(٣).

ولم تُعرّف التشريعات جريمة ممارسة المعلن الغش في الاعلانات التجارية وأكتفت بمعالجة

احكامها فالمرجع العراقي تناولها في قانون حماية المستهلك العراقي رقم (١) لسنة ٢٠١٠ في

(١) هنالك من يذهب الى تحديد مفهوم المستهلك بالاتجاه الواسع بقصد ضمان استفادة أكبر عدد ممكن من الاشخاص من مزايا الحماية القانونية للمستهلك ، فهم يذهبون الى عدّ المستهلك كل من يبرم تصرفاً قانونياً من اجل استخدام المال او الخدمة في اغراضه الشخصية او في اغراضه المهنية ، وهنالك من يذهب الى تحديد مفهوم المستهلك بالاتجاه الضيق فالمستهلك كل من يقوم بتصرف قانوني يسمح له بالحصول على سلعة أو خدمة بهدف اشباع حاجة شخصية أو عائلية ، ويخرج من هذا الوصف كل من يقوم بإبرام تصرفات قانونية موجهة لأغراض المهنة أو الحرفة للمزيد ينظر د. عمر محمد عبد الباقي ، الحماية العقدية للمستهلك ، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون ، منشأة المعارف ، الاسكندرية ، ٢٠٠٤ ، ص ٤٢ ، و د. حسن عبد الباسط جميعي ، حماية المستهلك ، الحماية الخاصة لرضاء المستهلك في عقود الاستهلاك، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٩٦ ، ص ١١ .

(٢) د. جمال فاخر النكاس ، حماية المستهلك واثرها على النظرية العامة للعقد في القانون الكويتي ، مجلة الحقوق ، جامعة الكويت ، السنة ١٣ ، العدد ٢ ، ١٩٨٩ ، ص ٤٦-٤٧ .

(٣) د. امانح رحيم احمد، حماية المستهلك في نطاق العقد، ط١، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، بيروت، لبنان، ٢٠١٠ ، ص ١٤٧ .

الفقرة (أولاً) من المادة (٩) من القانون التي نصت على أن "يحظر على المجهز والمعلن ما يأتي:- أولاً : ممارسة الغش والتضليل والتدليس وإخفاء حقيقة المواد ٠٠٠ والمواصفات المعتمدة في السلع والخدمات كافة" وهو نص عام حظر فيه ممارسة كل أفعال الغش والتضليل والتدليس وإخفاء حقيقة المواد في الإعلانات.

وبخصوص المشرع المصري فقد عالج قانون حماية المستهلك هذه الجريمة في المادة (٩) التي نصت على أن "يلتزم المورد أو المعلن بتجنب أي سلوك خادع، وذلك متى أنصب هذا السلوك على أي عنصر من العناصر الآتية: ١- طبيعة السلعة أو صفاتها أو العناصر التي تتكون منها أو كميتها. ٢- مصدر السلعة أو وزنها أو حجمها أو طريقة صنعها أو تاريخ إنتاجها أو تاريخ صلاحيتها أو شروط استعمالها أو محاذيره. ٣- خصائص المنتج والنتائج المتوقعة من استخدامه. ٤- السعر أو كيفية أدائه، ويدخل في ذلك أي مبالغ يتم إضافتها للسعر. ٥- جهة إنتاج السلعة أو تقديم الخدمة. ٦- نوع الخدمة ومكان تقديمها ومحاذير استخدامها وصفاتها الجوهرية سواء انصبت على نوعيتها أو الفوائد من استخدامها. ٧- شروط التعاقد وإجراءاته، وخدمة ما بعد البيع، والضمان. ٨- الجوائز أو الشهادات أو علامات الجودة التي حصل عليها المنتج أو السلعة أو الخدمة. ٩- العلامات التجارية أو البيانات أو الشعارات. ١٠- وجود تخفيضات على السعر على خلاف الحقيقة. ١١- الكميات المتاحة من المنتجات. ويجوز للأحقة التنفيذية لهذا القانون إضافة عناصر أخرى"، أن النص عدّ مخالفة المعلن للالتزامات المفروضة على عاتقه سلوكاً خادعاً .

وأضافت اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك عدد من الالتزامات على المعلن يجب الالتزام بها لتجنب السلوك الخادع^(١) فضلاً عن الالتزامات الواردة في المادة (٩) من قانون حماية المستهلك ، وهذه الالتزامات وردت في المادة (٨) التي نصت على أن " يلتزم المورد أو المعلن بتجنب أي سلوك خادع متى انصب هذا السلوك على عنصر من العناصر الآتية ١٣- الاعلان عن توافر المنتج . ١٤- الاعلان عن المسابقات دون ذكر رقم وتاريخ أخطار الجهاز بالمسابقة . ١٥- الاعلان عن المنتجات التي يتطلب الاعلان عنها موافقات الجهات المختصة دون الحصول عليه".

أما المشرع الجزائري فقد عالج قانون حماية المستهلك وقمع الغش الجزائري هذه الجريمة في المادة (٦٨) منه التي نصت على أن " يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في المادة (٤٢٩) من قانون العقوبات كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك بأية وسيلة أو طريقة كانت حول-كمية المنتوجات المسلمة- قابلية استعمال المنتوج- تاريخ أو مدد صلاحية المنتوج.- النتائج المنتظرة من المنتوج.- طرق الاستعمال أو الاحتياطات اللازمة لاستعمال المنتوج" أي أن القانون لم يحدد وسيلة او طريقة معينة للخداع بل إنه جعل النص مطلقاً بإيراده عبارة " ٠٠٠ بأية وسيلة او طريقة ٠٠٠ " .

لذا يتضح إن التشريعات لم تستعمل مصطلح واحد للدلالة على السلوك الاجرامي في هذه الجريمة فقانون العقوبات العراقي استعمل مصطلح "ممارسة الغش ٠٠٠" وقانون العقوبات المصري استعمل مصطلح " أي سلوك خادع ٠٠٠" في حين أستعمل قانون

(١) عرفت الفقرة (١٠) من المادة (١٠) من قانون حماية المستهلك المصري رقم (٨٢٢) لسنة ٢٠١٩ السلوك الخادع بأنه "١٠- السلوك الخادع: كل فعل أو امتناع عن فعل من جانب المنتج أو المعلن يؤدي إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل لدى المستهلك، أو يؤدي إلى وقوعه في خلط أو غلط"، أما قانون حماية المستهلك وقمع الغش الجزائري فهو لم يعرف السلوك الخادع واكتفى بذكر بعض صورته في المادة (٦٨) من قانون حماية المستهلك وقمع الغش.

العقوبات الجزائية مصطلح " ٠٠٠ يخدع او يحاول ان يخدع ٠٠٠" ، ولا فرق بين الغش والخداع في مجال حماية المستهلك لانهما يستهدفان تضليل المستهلك^(١) ، فالغش والتضليل والتدليس جميعها تؤدي لخداع المستهلك^(٢) ، لذا سوف نستعمل مصطلح الغش في هذه الجريمة وهو المصطلح الذي استعمله قانون العقوبات العراقي .

وحيث ان الأحكام الاجرائية لهذه الجريمة لا تختلف عن باقي الجرائم فهي تخضع للمبادئ العامة ولا خصوصية فيها عن باقي الجرائم عليه سنقتصر على بيان أركان الجريمة والعقوبة المقررة لها، وسنقسم هذا المبحث على مطلبين نبحت في الأول أركان جريمة ممارسة المعلن الغش في الاعلانات التجارية والثاني عقوبة جريمة ممارسة المعلن الغش في الاعلانات التجارية.

المطلب الأول

أركان جريمة ممارسة المعلن الغش في الاعلانات التجارية

لا تختلف جريمة ممارسة المعلن الغش في الاعلانات التجارية عن الجرائم الاخرى من اشتراط توافر الركنتين الأساسيين المتمثلين بالركن المادي والركن المعنوي، ولكن في هذه الجريمة يضاف اليهما ركن خاص يتعلق بصفة الجاني ومحل الجريمة، عليه سنقسم هذا المطلب على فرعين نتناول في الفرع الأول الركن الخاص ونخصص الفرع الثاني للأركان العامة .

(١) د. حسن احمد الجندي ، الحماية الجنائية للمستهلك ، ط١ ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٨٦ ، ص ٥ .
 (٢) د. احمد كمال الدين موسى ، الحماية القانونية للمستهلك في المملكة العربية السعودية ، معهد الإدارة العامة، الرياض، ١٩٨١ ، ص ٣٠ ، و د. عبد الحميد الشواربي ، جرائم الغش والتدليس ، مصدر سابق، ص ٢ ، و د. حسن محمد خير الدين ، الاصول العلمية للاعلان ، دار وهدان للطباعة والنشر ، القاهرة ، ١٩٧٦ ، ص ٤٣ ، و د. سوسن سعيد شذى ، جرائم الغش التجاري ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ٢٠١٠ ، ص ١٠ .

الفرع الأول

الركن الخاص

تتمثل الأركان الخاصة في جريمة ممارسة المعلن الغش في الاعلانات التجارية بصفة الجاني، ومحل الجريمة وسوف نتناولهما تباعاً.

أولاً: صفة الجاني : في هذه الجريمة الجاني هو المعلن، والمعلن هو المنتج أو الموزع أو المستورد للسلع أو الخدمات والذي يقوم بنفسه أو بواسطة وكالة اعلانات بممارسة النشاط الاعلاني ، وقد عرف قانون حماية المستهلك العراقي المعلن في الفقرة (سابعاً) من المادة (١) بأنه "سابعاً - المعلن : كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بالإعلان عن سلعة أو خدمة أو الترويج لها بذاته أو بواسطة غيره باستخدام أي وسيلة من وسائل الإعلان"، ولم يبين هذا التعريف فيما إذا كان المعلن شركة اعلانات او مؤسسة اعلانية، أو شخص متخصص ام لا، أم مكتب اعلانات مختص كما لم يحدد صفة هذا المعلن اذا كان معلناً اصيلاً أم وسيطاً اعلانياً أم وكالات متخصصة .

أما قانون حماية المستهلك المصري فقد عرف المعلن في الفقرة (٦) من المادة (١) بأنه "٦- المعلن: كل شخص يقوم بالإعلان عن سلعة أو خدمة أو الترويج لها بذاته أو بواسطة غيره باستخدام أي وسيلة من الوسائل الإعلامية أو الإعلانية، بما في ذلك الوسائل الرقمية، ويعدّ معلناً، طالب الإعلان والوسيط الإعلاني والوكالة الإعلانية ووسيلة الإعلان، وذلك كله وفقاً للمواصفات القياسية المصرية الخاصة باشتراطات الإعلان عن السلع والخدمات"

ومن خلال هذا التعريف يتضح ان المعلن يشمل الوسيط الاعلاني والوكالات الاعلانية

بالإضافة لطالب الاعلان وكافة وسائل الاعلان .

وبخصوص قانون حماية المستهلك وقمع الغش الجزائري فلم يعرف المعلن حيث ان عمل المعلن يدخل ضمناً من اعمال المتدخل^(١) وعرف المتدخل بأنه " كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتوجات للاستهلاك" ولم يحدد النص من هو هذا الشخص وفيما اذا كان شخصاً متخصصاً ام لا وفيما اذا كان يشمل طالب الاعلان والوسيط الاعلاني والوكالات والوسائل الاعلانية أم لا.

ويتضح إن التعريف الذي أورده المشرع المصري للمعلن هو الأوسع والأكثر مدى من التعاريف التي اوردهما المشرعين العراقي والجزائري فهو يشمل الوسيط الاعلاني والوكالات الاعلانية وطالبي الاعلان ووسيلة الاعلان ايّ كان نوعها لذا يتضح أنّ المعلنين قد يكونوا هم منتجوا البضائع والخدمات أيّ كانوا اشخاصاً طبيعيين أم معنويين أو الاشخاص الذين يتعاملون فيها بالتوزيع أو الاعلان ، ويستوي في ذلك أن يكونوا تجار جملة أو مفرد، ويشمل كذلك كل من يقوم بالتعريف عن المنتجات والخدمات عن طريق شراء المساحة الاعلانية من الوسائل الاعلانية المختلفة كما قد يقوم بعض الأفراد بشراء مساحات اعلانية من غير أن يكونوا تجاراً، أو قد يقوم بالإعلان جهة حكومية أو خاصة لا تستهدف تحقيق الارباح.

وقد يتولى المعلن نشاطه الاعلاني بنفسه بواسطة ادارة متخصصة تسمى ادارة الاعلان، أو أن يعمد بنشاطه الاعلاني إلى وكالة اعلانات تتوب عنه بتخطيط وتنسيق وتنفيذ خطته الاعلانية وعليه فأن المعلن سواءً تولى عمله بنفسه أم عهد بنشاطه الاعلاني الى وكالة اعلانات يجب ان يتوافر لديه الية محددة لتولي ممارسة الاعلان^(٢).

(١) المادة (٣) من قانون حماية المستهلك وقمع الغش الجزائري

(٢) د. عبد الفضيل محمد احمد، مصدر سابق، ص ٦٣.

ويعد المعلن في هذه الجريمة مسؤولاً تجاه المستهلك لأنه على علم بمحتوى الإعلان، ولديه القدرة على المراقبة والفحص والتأكد من مشروعية ذلك الاعلان وسلامته قبل نشره، فيقع عليه عبء المسؤولية الناجمة عن اخلاله بتعهده بتقديم سلع أو خدمات مطابقة لما هو واردٌ في الإعلان الموجه للمستهلك^(١)، ولا تختلف التزامات المعلن في مختلف انواع الاعلانات سواء كانت اعلانات تجارية أو اعلانات صحية أو غيرها وكذلك الإعلانات عبر الإنترنت فهي تتشابه جميعاً من حيث التزامات ومسؤوليات المعلن، فهو ملزم بتدقيق المعلومات التي يتضمنها الإعلان قبل نشرها، كما أنه يعلم حقيقة ومضمون المحتوى الاعلاني لأنه صاحب السلطة في تحديد الوسائل الفنية التي تسمح له بالسيطرة على عملية بث المحتوى ، ويكون ملزم باحترام القواعد القانونية بصورة عامة بمختلف نصوصها^(٢).

ثانياً: محل الجريمة :

يتمثل محل هذه الجريمة بالاعلانات التجارية^(٣) فهذا النوع من الاعلانات يُعد الوسيلة التي يتواصل بها المنتجون والتجار والموزعون مع المستهلكين بهدف تسويق منتجاتهم من خلال تعريف المستهلكين بتلك السلع والخدمات وزيادة البيع والانتاج من خلال ترغيبهم وتشجيعهم على الحصول عليها، ويمثل هذا النوع من الاعلانات ضرورة من ضرورات الحياة العصرية لما لها من التأثير على المستهلكين^(٤)، وما تقوم به من دورٍ كبير في مجال المنافسة وتحقيق الارباح التجارية

(١) زينة حسين ، المسؤولية عن عدم تحقق المواصفات في الإعلان التجاري، مجلة كلية الحقوق، جامعة النهريين، العدد ١، المجلد ١٣، ٢٠١١، ص٢٦٢ ، و هدى عصمت محمد امين، الدعاية التجارية المضللة والمسؤولية المدنية الناجمة عنها، دراسة مقارنة، اطروحة دكتوراه ، جامعة صلاح الدين، ٢٠١٢، ص١٩٥ .

(٢) د. عايد رجا الخليلية ، المسؤولية التقصيرية الالكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان ٢٠٠٨، ص٣٢٦ ، و د. جميل عبد الباقي الصغير، الإنترنت والقانون الجنائي، الاحكام الموضوعية للجرائم المتعلقة بالإنترنت ، دار النهضة العربية، القاهرة ، ٢٠٠٢، ص١٦٢ .

(٣) لقد تم تناول انواع الاعلانات من حيث وسائلها ومن حين مصدرها ومن حيث نطاقها في الفصل الأول من هذه الاطروحة وتعد الاعلانات التجارية داخلة ضمناً في الانواع الثلاث من الاعلانات فهي تمارس بمختلف الوسائل الاعلانية وقد تكون اعلانات حكومية او غير حكومية كما انها يمكن أن تكون محلية أو دولية.

(٤) Jean_Jacques Burst et Robert Kovar, Droit de la concurrence ,Economca,1981,No130,P.177

لأنها تهدف الى تعريف المستهلكين بالمنتجات لاستثارة رغباتهم، وتكثر هذه الاعلانات التجارية في مجتمعنا ولاسيما في الوقت الحاضر .

إذ لا يتصور عبور شارع أو مشاهدة برامج التلفاز من غير أن نشاهد إعلاناً تجارياً، وهي وإن كانت تحقق فائدة للتاجر والمستهلك إلا أنها لا تُعبّر عن الحقيقة دائماً ، فهي قد تكون على عكس الصورة التي توقعها المستهلك والتي اطلع عليها من خلال الإعلان ، وأن تلك الافعال تُعدّ هذا الفعل ممارسة للغش في الاعلانات التجارية^(١)، وتقوم هذه الاعلانات على عنصرين مادي ومعنوي يتمثل عنصرها المادي بكافة الادوات الاعلانية التي تستعمل في الاعلان سواء كانت وسائل مسموعة أم مرئية أم مكتوبة وغيرها، وعنصر معنوي يتمثل بتحقيق الربح بطريق مباشر أم غير مباشر وهو ما يعبر عنه بتجارية الاعلان^(٢)، وإن أهم ما يميز الاعلانات التجارية عن غيرها من الاعلانات هو ميزة السعي الى تحقيق الربح التي تعد من أهم سمات الاعلان التجاري.

وتتنوع وسائل الاعلانات التجارية وتتعدد ولا تأخذ صورة واحدة بل تختلف بحسب نوع السلعة ووسيلة الاعلانات ومن توجه اليه تلك الاعلانات من مستهلك نهائي أو مستهلك مهني، كما لا يوجد فرق بين الجهة المعلنة إذا كانت حكومية أم غير حكومية فالعبرة بطبيعة هذا النوع من الاعلانات التي تستهدف الربح^(٣)، فهناك العديد من الاعلانات التي تقوم بها الحكومة ويكون هدفها تجاري يشبه الاعلانات التجارية التي يمارسها الأفراد والشركات كإعلان عن معارض البيع المباشر لإحدى الوزارات، فالمهم في الاعلانات التجارية هو التأثير على المستهلكين بهدف تحقيق

(١) د. السيد محمد السيد عمران، حماية المستهلك اثناء تكوين العقد، منشأه المعارف الاسكندرية، ١٩٨٦، ص ٧٦.

(٢) د. علي السلمي، مصدر سابق، ص ٣٦.

(٣) د. بتول صراوة عبادي، مصدر سابق، ص ٢٨.

الربح^(١)، فالعديد من التجار يلجؤون إلى استعمال مختلف الوسائل في اعلاناتهم التجارية التي من شأنها غش المستهلكين وتغيير أفكارهم ورغباتهم ودفعهم لشراء السلع أو الخدمات المعلن عنها .

الفرع الثاني

الأركان العامة

لا تختلف الأركان العامة لجريمة ممارسة المعلن الغش في الاعلانات التجارية عن غيرها من الجرائم إذ لا بد من توافر الركنين المادي والمعنوي وسوف نتناولهما تباعاً .

أولاً : الركن المادي

يتكون الركن المادي لجريمة ممارسة المعلن الغش في الاعلانات التجارية كغيره من الاركان المادية لبقية الجرائم من السلوك الاجرامي ونتيجة اجرامية وعلاقة سببية، فبالنسبة لسلوك الجاني في هذه الجريمة فيتمثل بممارسة الغش ولم يحدد قانون حماية المستهلك وسيلة معينة لتلك الممارسة فهو يتحقق بأي طريقة كانت^(٢)، ومن التعاريف الفقهية للغش انه (كل الوسائل والطرق الموجهة الى تحقيق غاية غير مشروعة او التحايل على القواعد القانونية سعياً وراء هدف مخالف للقانون)^(٣)، أو أنه (كل فعل من شأنه ان يغير طبيعة المواد التي دخل عليها فعل الفاعل او خواصها او فائدتها وبأي وسيلة كانت)^(٤)، أو هو حمل الاخرين على الاعتقاد بأن السلعة أو الخدمة لها من السمات ما يفوق الحقيقة^(٤).

وأن السلوك الإجرامي في هذه الجريمة قد يكون إيجابياً أو سلبياً، فالسلوك الايجابي يتحقق مثلاً بذكر بيانات مخالفة للحقيقة أو بيانات ناقصة عن المنتج أو السلع أو الخدمات المعلن عنها ، أو ذكر بيانات تخالف الحقيقة في جزء منها، وهو يتحقق عادةً بذكر أوصاف ومزايا غير متوافرة في المنتج أو الخدمة أو من خلال

(١) د. محمد عبد الشافي اسماعيل ، مصدر سابق ، ص ٨ .

(٢) المادة (٩) من قانون حماية المستهلك العراقي نصت على أن "٠٠٠ يحظر على المجهز والمعلن ٠٠٠ ممارسة الغش ٠٠٠" ، والمادة (٩) من قانون حماية المستهلك المصري نصت على أن "٠٠٠ اي سلوك خادع ٠٠٠" ، في حين إن المادة (٦٨) من قانون حماية المستهلك الجزائري نصت على أن "٠٠٠ من يخدع او يحاول ان يخدع المستهلك بأي وسيلة او طريقة ٠٠٠" .

(٣) د. فتحي عبد الرحيم عبد الله ، محاربة الغش في الاعمال القانونية ، مجلة الشريعة والقانون ، كلية الشريعة والقانون ، جامعة الامارات العربية المتحدة ، العدد ٢ ، ١٩٨٨ ، ص ٢٦٦ .

(٤) د. حسن صادق المرصفاوي ، المرصفاوي في قانون العقوبات الخاص ، مطبعة اطلس ، الاسكندرية ، ١٩٧٨ ، ص ٦٩٨ .

(٤) د. عبد الحميد الشواربي ، جرائم الغش والتدليس ، دار الفكر الجامعي ، الاسكندرية ، ١٩٨٩ ، ص ١٢ .

نشر معلومات غير صحيحة تتعلق بالتزامات وتعهدات المعلن المتعلقة بها أو ما يتعلق بمؤهلات وهوية وصفات المصنع أو المحترف، كما لو يدعي بشكل غير صحيح حيازته لشهادة أو حصوله على جوائز تقديرية من جهات دولية أو محلية^(١)، أو أن يذكر في الاعلان انه ينفرد بصناعة السلعة المعلن عنها^(٢)، أو يستعمل الخداع البصري بالاستعانة بالصور المضللة أو الخادعة في الاعلانات عبر التلفزيون أو الانترنت^(٣) ومثال ذلك أن يضع في اعلان لملابس صورة الاهرامات المصرية ليغش المستهلك بأن هذه الملابس مصنوعة من القطن المصري الفاخر والواقع خلاف ذلك حيث أن الغش كان بوضع صورة للأهرامات المصرية للدلالة على منشأ القطن في مصر ، أو أن يتم الاستعانة بالاعلان بشهادات خبراء أو اشخاص مشهورين يدعون أن ما تم الاعلان عنه هو الافضل والاجود أو الادعاء أن السلع المعلن عنها ترتبط باسم تجاري أو ادعاءات الفرادة بأن يذكر أن السلعة لا يوجد ما يضاهيها أو أنها تتفوق على غيرها^(٤).

ومما يجدر الاشارة اليه أن السلوك الاجرامي قد يتحقق من خلال صياغة عبارات أو وضع صوراً أو رسوماً أو رموزاً من شأنها تحقق الغش ، وتختلف الصور التي يظهر فيها السلوك الاجرامي في هذه الجريمة بحسب الوسيلة المستعملة في الاعلانات سواء كانت اعلانات مطبوعة أو صحفية أو اذاعية أو الكترونية أو غيرها وليس المهم الصورة التي يظهر بها الغش فالمعول عليه هو طريقة تقديم المعلومات الى المستهلك^(٥)، وأن مهمة حصر أو تصنيف أساليب وصور ممارسة المعلن الغش في الاعلان التجاري بشكل دقيق أمر غير ممكن من الناحية العملية لتقنن المعلنين في استخدام تلك الأساليب من جهة ولما يفرزه الواقع العملي واستخدام العلوم الطبيعية والبيولوجية من ظهور أساليب جديدة للغش في الاعلانات من جهة أخرى^(٦) .

-
- (١) د. بختيار صابر بايز، الحماية الوقائية للمستهلك، من الإعلانات التجارية الخادعة دراسة مقارنة، مجلة كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية، جامعة صلاح الدين، اربيل، ٢٠١٢، ص ٦.
- (٢) هيلان عدنان احمد الجبوري، التضليل والخداع او الكذب في الاعلام التجاري ، مجلة كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية ، جامعة كركوك ، العدد ١١، مجلد ٣، ٢٠١١، ص ٣٢٨.
- (٣) د. ناجي معلا ، اساليب التضليل والخداع في الاعلان التجاري ، مجلة الدراسات الاردنية ، الجامعة الاردنية ، مجلد ٢٧، العدد ١، ٢٠٠٠، ص ٦٣.
- (٤) د. ناجي معلا ، المصدر نفسه ، ص ١٢.
- (٥) د. شريف محمد غنام ، مصدر سابق ، ص ٦٧.
- (٦) د. حسن احمد الجندي ، مصدر سابق، ص ٥.

ولا يشترط في السلوك الاجرامي المتمثل بممارسة الغش في الاعلانات التجارية درجة معينة من الاتقان بل أن كل غش في الاعلان يؤدي الى دفع المستهلك للبضائع والسلع أو الخدمات المعلن عنها مهما بلغت جسامته يكفي لتحقيق السلوك الاجرامي^(١)، حيث ان المعول عليه هو الغش في تقديم المعلومات للجمهور^(٢).

وعليه لا موجب للتعداد الذي ذكره قانون العقوبات العراقي من غش وتضليل وتدليس فجميعها لها نتيجة واحدة تؤدي اليها وهي خداع المستهلك من خلال الإعلانات ولا فرق اذا كان غش المستهلك أو خداعه حصل بحقيقة السلع أو الخدمات المعلن عنها بالغش أو التضليل أو الخداع^(٣).

ويتحقق الغش بكل تعديل أو تشويه يقع على التكوين الطبيعي لمادة معينة أو سلعة يكون من شأنه النيل من خواصها الأساسية أو إخفاء عيوبها أو اعطائها شكل أو مظهر آخر يختلف عنها في الحقيقة، ويفترض الغش دائماً تدخلاً بشرياً لإتمام العملية حتى وإن مارسته إحدى المؤسسات أو الشركات فلا بد من أن يكون هنالك شخص يقوم بالتغيير أو التعديل والتأثير^(٤).

أما عن إمكانية ارتكاب هذه الجريمة من خلال القيام بسلوك سلبي فلم تنص تشريعات حماية المستهلك محل الدراسة على إمكانية تحقق السلوك في هذه الجريمة بالامتناع كما أنها لم تشترط أن يكون السلوك ايجابياً وبالتالي يمكن تصور أن يتحقق السلوك بالترك في بعض الاعلانات كالامتناع عن ذكر بيانات معينة تتعلق بالمنتج أو الخدمة محل الإعلان، إذ لو علم المستهلك

(١) د. عبد الحميد الشواربي، جرائم الغش والتدليس، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، ١٩٨٩، ص ١٣.

(٢) د. السيد محمد السيد عمران، حماية المستهلك اثناء تكوين العقد، الدار الجامعية، بيروت، ٢٠٠٣، ص ١٠٧.

(٣) د. عبد الفتاح بيومي حجازي، مقدمة في حقوق الملكية الفكرية وحماية المستهلك في عقود التجارة الالكترونية، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، ٢٠٠٥، ص ٨٢.

(٤) د. حسني احمد الجندي، قانون قمع الغش والتدليس في دولة الامارات العربية المتحدة، ط ١، دار النهضة العربية، ٢٠٠٩، ص ١٣١.

بها لما أقبل على التعاقد، لأن تلك البيانات لها أثر في اتخاذه لقرار الشراء^(١)، أو الامتناع عن ذكر بيان من بيانات السلعة محل الإعلان يكون لوجود ذلك البيان أهمية خاصة لدى المستهلك في اتخاذ قراره بالتعاقد من عدمه^(٢)، أو أن يتعمد المعلن عدم ذكر بيانات جوهرية في الاعلان بشكل تزداد معه رغبة المستهلك باقتناء السلعة منتظراً ما لم يقدمه المعلن في اعلانه، ويرى أحدهم أن تحقق السلوك الاجرامي بفعل سلبي في هذه الجريمة يتطلب أن يتم تأييده بمظاهر خارجية تؤيده^(٣).

أما فيما يتعلق بالعناصر التي يقع عليها الغش في هذه الجريمة فأنها قد تقع على العناصر الداخلة في ذاتية الشيء المعلن عنه^(٤) سواء كانت الأساسية أم الثانوية ، وقد تقع على العناصر الخارجة عن ذاتية الشيء المعلن عنه، فبالنسبة لممارسة الغش في العناصر الأساسية الداخلة في ذاتية الشيء المعلن عنه في هذه الحالة الغش يقع على ما يتصل بذاتية السلعة أو الخدمة المعلن عنها التي تتعلق بجوهر السلعة ومادتها وما يرتبط بها، وتكون محل اعتداد لدى المستهلك أو التاجر عند الاقبال عليها، إذ تقوم عليها القيمة الحقيقية للبضاعة من وجه نظر المتعاقد، وإن ذاتية الشيء المعلن عنه تمثل مجموعة الصفات الأساسية للبضاعة وخواصها التي تلازمها والتي لولاها لما اقدم الشخص على التعاقد ، وإن فقدان هذه الذاتية يغير من طبيعة

(١) نصت المادة (٧) من قانون حماية المستهلك العراقي رقم (١) لسنة ٢٠١٠ على انه " يلزم المجهز أو المعلن بما يأتي:- أولاً التأكد من تثبيت البيانات والمواصفات والمكونات الكاملة للمنتج وخاصة بدء وانتهاء صلاحيتها، وبلد المنشأ قبل عرضها في السوق أو قبل إجراء عملية البيع أو الشراء أو الإعلان عنها"، كما نصت المادة (٦) من قانون حماية المستهلك المصري رقم (٦٧) لسنة ٢٠٠٦ على انه "على كل مورد او معلن أمداد المستهلك بالمعلومات الصحيحة عن حقيقة المنتج وخصائصه وتجنب ما قد يؤدي إلى خلق انطباع غير حقيقي او مضلل لدى المستهلك أو وقوعه في خلط او غلط ...".

(٢) د. محمد الشناوي ، جرائم النصب المستحدثة ، دار الكتب المصرية ، مصر ، ٢٠٠٨ ، ص ١٦١. و د. أحمد السعيد الزقرد ، الحماية القانونية من الخداع الاعلاني في القانون الكويتي والمقارن ، مصدر سابق، ص ١٧٤.

(٣) د. اياد حسين عباس العزاوي ، جريمة الاحتيال في القانون العراقي دراسة مقارنة ، مكتبة الصباح للدعاية والنشر ، مطبعة عصام ، بغداد ، ١٩٨٨ ، ص ٦٧ .

(٤) د. حسني أحمد الجندي، قوانين قمع التدليس والغش -الحماية الجنائية للمستهلك- ، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٨٦ ، ص ٤٦ .

السلعة^(١) وهي بالنسبة للمستهلك أهم الأسباب الدافعة له للحصول على السلعة^(٢)، ومن هذه الأمور التي يمكن عدها من العناصر الأساسية للشيء المعلن عنه ما يتعلق بالإعلان عن وجود السلعة أو الخدمة سواء بعدم وجود السلعة المعلن عنها أصلاً، أو أن هذه السلعة والخدمة موجودة ولكنها بحال غير التي أعلن عنها^(٣)، أما بالنسبة للعناصر الثانوية الداخلة في ذاتية الشيء المعلن عنه فإن الغش في تلك العناصر يكون في العناصر المكلمة للعناصر الأساسية أو الأمور الثانوية التي لا تشكل الدافع الحقيقي الذي يجذب المستهلك للإقبال على هذه المنتجات والخدمات المعلن عنها ومن العناصر الثانوية أو المكلمة في الشيء المعلن عنه هي طريقة الإنتاج وتاريخها وكمية ومقدار الشيء المعلن عنه ونوع البضاعة أو الخدمة^(٤).

أما بخصوص الغش في العناصر الخارجة عن الأشياء المعلن عنها فتتعلق بالعناصر التي لا تدخل في تركيب المادة أو تكوينها ولا تتعلق بصفاتها وخصائصها الجوهرية ولا تتصل بذاتية الشيء المعلن عنه ولكنها مع ذلك لها أثر في توجيه الجمهور لمثل هذه الإعلانات نحو سلعة أو خدمة دون غيرها، ومن هذه العناصر الخارجة للأشياء المعلن عنها شروط البيع والاستعمال كأن يذكر المعلن إمكانية استبدال السلعة إذا لم يقتنع بها المستهلك^(٥)، كذلك العناصر المتعلقة بالباعث على عرض السلعة أو الخدمة، والبيانات الخاصة بالمعلن كأن يعلن أنه موزع معتمد من شركات أو ماركات عالمية^(٦).

-
- (١) د. محمد منصور احمد، جريمة الغش، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٤٩، ص ١٣٣.
 - (٢) د. احمد حسن الجندي، قوانين قمع الغش والتدليس (الحماية الجنائية للمستهلك)، مصدر سابق، ص ٤٦.
 - (٣) د. عمر محمد عبد الباقي، مصدر سابق، ص ١٤٣.
 - (٤) د. غسان رباح، قانون حماية المستهلك الجديد، منشورات زين الحقوقية، بيروت، ٢٠٠٦، ص ١١٦.
 - (٥) د. بختيار صابر بايز، مصدر سابق، ص ١٨.
 - (٦) هالة مقداد احمد الجليلي، مصدر سابق، ص ١٦٥.

وفيما يتعلق بمعيار تحقق الغش في الاعلان التجاري المنشأ للمسؤولية الجزائية فهناك اتجاهان ، الاتجاه الأول يذهب إلى إن المعيار يجب أن يكون موضوعياً ويذهب الاتجاه الثاني إلى إن المعيار يجب أن يكون شخصياً أو ذاتياً، فوفقاً للمعيار الموضوعي تعد ممارسة الغش في الاعلان التجاري متحققة اذا كان ما يحتويه الاعلان من شأنه غش لشخص متوسط الذكاء، ويأخذ في الاعتبار الشخص العادي ولا يختلف هذا المعيار في تطبيقه من شخص لآخر، فالغش يكون واحداً بالنسبة إلى جميع الاشخاص^(١).

أما وفقاً للمعيار الشخصي فيتم تحديد الغش بطريقة يراعى فيها شخص المتلقي، فيكون النظر إليه نفسه لا إلى الغش في ذاته، وينظر إليه في كل حالة على حده ولهذا فإن الغش في الاعلان، يعد متحققاً إذا كان من وقع في الغش شخصاً شديداً الذكاء، أما اذا كان من وقع في الغش شخص عادي فإنه لا يعدّ معرضاً للغش الا اذا كان من السهل أن يقع فيه عامة الجمهور^(٢)، ونرجح الأخذ بالمعيار الموضوعي، لأنه يجرّد المتلقي من ظروفه الشخصية ويأخذ بعين الاعتبار الشخص العادي الذي يمثل جمهور الناس .

و هذه الجريمة تُعدّ من الجرائم التي لا يشترط لقيامها أن يلحق المستهلك ضرراً معيناً من جراء الغش في الاعلان جرائم الخطر او ما يسمى جرائم الخطر، حيث تتحقق الجريمة بمجرد ممارسة الغش في الاعلان عن السلعة سواء تم الشراء من المستهلك أو لم يتم^(٣) ، كما لا يشترط أن يكون هنالك مقابل مادي يدفع لقاء مزاولة الاعلان إذ إن الأصل في الاعلانات التجارية أنها

(١) د. عمر محمد عبد الباقي، مصدر سابق، ص ١٦١، و

Chavanne(A), Publicite Fauss (oude naturea Induire enerreur) J.C.P, 1994 ,P6 .

(٢) د. عبد الفتاح بيومي حجازي ، حماية المستهلك عبر شبكة الأنترنت ، ط ١ ، دار الفكر الجامعي ، الاسكندرية ، ٢٠٠٦ ، ص ٥٦ .

(٣) د. احمد حسام طه تمام ، تعريض الغير للخطر في القانون الجنائي ، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٤ ، ص ١١ .

تكون مقابل أجر، وبذلك فالعبرة في تجريم هذه الافعال كونها تهدد وتمس مصالح أساسية وجوهرية أو ثانوية للمجتمع أو أفراده وتعرض حياتهم أو اموالهم للخطر^(١).

أما بخصوص الوسيلة الاعلانية فلا يختلف الأمر اذا ارتكب المعلن الغش بأية وسيلة سواء كان الاعلان مطبوعاً أو الكترونياً، فمخالفة الاعلانات الالكترونية لا تختلف عادةً بمضمونها ومحتواها عن مخالفة الاعلانات الاخرى كاستخدام اي وسيلة من الوسائل والاساليب الحديثة للاعلان على موقع معين بطريقة تجعل المستهلك يقع بالغش معتقداً ان هذا الموقع هو موقع آخر مشهور وموثوق من خلال عمليات ربط وتشفيرات معينة^(٢)، فممارسة الغش في الاعلان التجاري الالكتروني لا يختلف عن ممارسة الغش في الاعلان التقليدي، إلا أن عرضه يتم بوسائل الكترونية^(٣).

أما النتيجة الجرمية فهي الاثر المترتب على السلوك الاجرامي وتعد جريمة ممارسة المعلن الغش في الاعلانات التجارية من الجرائم الشكلية التي لا تتطلب تحقق نتيجة مادية فارتكاب المعلن السلوك الاجرامي المتمثل بالغش يُعدّ محققاً للنتيجة وفقاً لمدلولها القانوني سواء وقع المستهلك بالغش فعلاً أم كان من شأنه أن يحدث في المستقبل^(٤)، فالنتيجة في هذه الجريمة يكفي فيها العدوان على مصلحة قدر المشرع جدارتها بالحماية الجزائية^(٥)، ولا يشترط تحقق ضرراً فعلياً بل أن مجرد التعريض للخطر يعد محققاً للنتيجة الجرمية^(٦).

(١) د. فتوح عبد الله الشاذلي، مصدر سابق، ص ٧٠.

(٢) د. شريف محمد غنام، مصدر سابق، ص ٦٧.

(٣) عبد الله ديب عبد الله، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني دراسة مقارنة، ط١، دار الثقافة للنشر، ٢٠١٢، ص ٦٨.

(٤) د. احمد السعيد الزقرد، الحماية المدنية من الدعاية التجارية الكاذبة والمضللة، مصدر سابق، ص ٦٣.

(٥) د. محمود نجيب حسني، علاقة السببية في قانون العقوبات، مصدر سابق، ص ٤٥.

(٦) الفقرة (اولاً) من المادة (٩) من قانون حماية المستهلك العراقي، والمادة (٩) من قانون حماية المستهلك المصري، والمادة (٦٨) من قانون حماية المستهلك الجزائري، وللمزيد من التفاصيل ينظر د. فتوح عبد الله الشاذلي، مصدر سابق، ص ٢٣٩.

أما علاقة السببية فهي في هذه الجريمة لا تثير أية مشكلة لأنها من الجرائم الشكلية وتتحقق بمجرد ارتكاب السلوك الاجرامي من المعلن دون اشتراط تحقق نتيجة مادية.

وفيما يتعلق بالشروع في فلا يمكن تصور الشروع في هذه الجريمة وفقاً للقواعد العامة في قانون العقوبات لأنها تتم بمجرد ممارسة المعلن الغش في الاعلانات التجارية، أي إنها من الجرائم التي تتحقق حينما يبدأ المعلن ممارسة الاعلانات وهذه الفئة من الجرائم من غير الممكن تصور الشروع فيها^(١).

وفيما يتعلق بالمساهمة في الجريمة فإن المعلن في هذه الجريمة يمثل الفاعل وهو المسؤول الأساسي عما يمارسه من غش في الاعلانات التجارية ، ومع ذلك قد تساهم مكاتب الاعلانات أو الشركات والوكالات الاعلانية في ارتكاب السلوك الاجرامي من خلال عملها المتمثل بتجهيز الاعلانات تمهيداً لنشرها واعلانها في إحدى الوسائل الاعلانية مقابل مبالغ مالية^(٢)، وأن العاملين في هذه الوكالات الاعلانية قد يكونون مساهمين أو شركاء في الجريمة حسب الظروف فهم أما يكونون عالمين بما يحتويه الاعلان من غش أو ليس لهم علم به^(٣)، وبذلك ف الجريمة ممارسة المعلن الغش في الاعلانات التجارية قد تقع من المعلن لوحده أو من المعلن ومعه اخرين يؤدي كل من منهم دوراً رئيساً فيها فيبعد كل منهم فاعلاً اصلياً لها ، أو من دفع شخصاً على تنفيذ الفعل المكون للجريمة بأية وسيلة وكان ذلك الشخص غير مسؤول جزائياً عنها لأي سبب وهي حالة من الصعب تصور تحققها ، لذا فإنه من المتصور تحقق المساهمة في جريمة ممارسة المعلن الغش في الاعلانات التجارية بجميع صورها .

(١) د. عبد الباسط سيف محمد الحكيمي ، النظرية العامة للجرائم ذات الخطر العام ، ط١، دار الثقافة ، عمان ٢٠٠٠ ، ص١٤٠.

(٢) يسرى خضر اسماعيل ، الاصول العلمية للاعلان ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٧٣ ، ص٢٠٦.

(٣) جواد الغماري ، جرائم الغش في البضائع ، ط١، شركة الطبع والنشر، الدار البيضاء ، الرباط ، ١٩٨٨ ، ص٢٣٧.

أما بخصوص المساهمة التبعية (الاشتراك) فهي تتحقق بالتحريض والاتفاق والمساعدة ومن الممكن تصور تحقق جميع هذه الصور في جريمة ممارسة المعلن الغش في الاعلان التجاري وفقاً لأحكام قانون العقوبات العراقي والمصري، كأن يتم الاتفاق مع أحد المعلنين أو تحريضه على ممارسة الغش في الاعلان التجاري ، أما الاشتراك بالمساعدة فيتمثل بتقديم العون لفاعل الجريمة أي كانت صورته من أجل تمكينه على ارتكابها، سواء كانت المساعدة سابقة على سلوك الفاعل أو معاصرة للسلوك، أما وفقاً لقانون العقوبات الجزائري فتتحقق المساهمة التبعية بالمساعدة فقط^(١) .

ثالثاً : الركن المعنوي

تعد جريمة ممارسة المعلن الغش في الاعلانات التجارية إحدى الجرائم العمدية وتشتترط توافر قصداً جرمياً لدى المعلن عند ارتكابها فيجب توجيه المعلن ارادته لأحداث الغش في الاعلانات والذي يعدّ فعلاً غير مشروعاً^(٢)، وأن يكون عالماً بحقيقة ذلك الفعل أو الامتناع^(٣)، فالعلم يجب أن يكون بالوقائع التي يحتويها الاعلان المتضمنة الغش فضلاً عن العلم المفترض بالقانون لان العلم يعد العنصر المميز للقصد الجرمي وينصرف ذلك العلم الى سائر عناصر الواقعة كما يحددها النص الجنائي^(٤).

كما لا يشترط توافر قصد خاص في هذه الجريمة ويشترط لتحقق القصد الجرمي أن تكون إرادة المعلن متجهة الى الغش بالاعلانات التجارية بأي وسيلة من الوسائل سواء بالكتابة أو

(١) المادة (٤٢) من قانون العقوبات الجزائري.

(٢) د. محمد السروي، الغش في المعاملات المدنية، دار المطبوعات الجامعية، الاسكندرية، ٢٠٠٤، ص ٢١١.

(٣) د. اكرم نشأت ابراهيم، الاحكام العامة في قانون العقوبات العراقي، منشورات المكتبة الاهلية، مطبعة اسعد، بغداد، ١٩٦٢، ص ٨١.

(٤) د. سليمان عبد المنعم، مسؤولية المصرف الجنائية عن الاموال غير النظيفة، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، ١٩٩٩، ص ١٥١.

الرموز أو الرسوم ، كذلك يجب ان يكون المعلن لديه نشاط نفسي وقدرة على التمييز وحرية اختيار وأن تكون أرائته اتجهت للفعل غير المشروع من خلال الارتباط بالمظهر الخارجي الذي هو الحركة العضوية المتمثلة بالفعل الاجرامي^(١) ، وان الإرادة تتجه الى اتمام فعل ممارسة الغش في الاعلانات التجارية دون أن تمتد الى إتمام التعاقد على السلع المعلن عنها^(٢)، ولا يشترط أن تتجه الإرادة لتحقيق نتيجة جرمية مادية ، كما يجب أن تكون الإرادة سليمة من العيوب التي تنعدم معها المسؤولية كالجنون أو الاكراه أو السكر غير الاختياري أو حالة الضرورة.

أي أن تكون لدى المعلن إرادة سليمة لممارسة الغش المتمثلة بالادعاء أو الزعم المخالف للحقيقة بهدف تضليل المستهلك عن طريق تزيف الحقيقة بخداع المستهلك من خلال تقديم بيانات غير حقيقية عن السلع أو الخدمات، والأصل في ممارسة الغش أنه سلوك عمدي يتضمن مضمون زائف أو تزيف الحقيقة^(٣)، وإن اثبات القصد الجرمي في هذه الجريمة لا يثير صعوبة إذا تعلق بحقيقة موضوعية كالغش في الوزن أو الكم للسلعة المعلن عنها، بينما اثبات توافر القصد الجرمي في ذاتية السلعة المعلن عنها من الصعب اثباته كأن يذكر في الاعلان بأن هذه السلعة افضل من غيرها مثلاً^(٤)، أما بخصوص سوء أو حسن نية المعلن فلا يشترط بحثه لان سوء النية يكون مفترض لأن الاعلانات تتم من قبل شخص مهني أو متخصص^(٥) ، بمعنى آخر معرفة إن اعلان ما إعلاناً فيه غش فإنه لا يمكن أن نعتمد في ذلك سوء أو حسن نية المعلن

(١) د. عباس الحسني، شرح قانون العقوبات العراقي الجديد ، مج ١-٢ ، مطبعة الارشاد، بغداد، ١٩٧٢، ص ٩٠
 (٢) د. شريف محمد غنام ، مصدر سابق ، ص ٦٧.
 (٣) د. عبد الفضيل محمد أحمد، مصدر سابق، ص ١٧٣.
 (٤) د. عبد الفضيل محمد احمد ، مصدر سابق ، ص ١٧٤.
 (٥) د. احمد السعيد الزقرد ، الحماية المدنية من الدعاية التجارية الكاذبة والمضللة ، مصدر سابق ، ص ٨٧.

وإنما يكفي أن يتضمن في مضمونه غشاً، بأن يكون مضمونه زائفاً وفيه غش أو تزييف للحقيقة^(١)، وأن سوء أو حسن النية لا يؤثر في تحقق مسؤوليته الجزائية^(٢).

المطلب الثاني

عقوبة جريمة ممارسة المعلن الغش في الاعلانات التجارية.

إنَّ مرتكب جريمة ممارسة المعلن الغش في الاعلانات التجارية يستحق العقوبة إذا كان أهلاً للمسؤولية الجزائية ، والعقوبة أما أن تكون أصلية أو فرعية وهذا ما سنوضحه من خلال تقسيم هذا المطلب على فرعين نخصص الفرع الأول لبيان العقوبات الاصلية ونتناول في الفرع الثاني العقوبات الفرعية.

الفرع الأول

العقوبات الاصلية

اختلفت التشريعات محل الدراسة في بيان مقدار العقوبة الاصلية المقررة لجريمة ممارسة المعلن الغش في الاعلانات التجارية ، فالمشعر العراقي نص على عقوبة هذه الجريمة في الفقرة (اولاً) من المادة (١٠) من قانون حماية المستهلك بنصها على أن "يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن (٣) ثلاثة أشهر أو بغرامة لا تقل عن (١.٠٠٠.٠٠٠) مليون دينار أو بهما معاً كل من خالف أحكام المادة - ٩ - من هذا القانون"^(٣)، يتضح من النص ان العقوبة الاصلية لهذه

(١) انطوان الناشف ، مصدر سابق ، ص ٩٣

(٢) د. احمد السعيد الزقرد ، الحماية القانونية من الخداع الاعلاني في القانون الكويتي والمقارن ، مصدر سابق، ص ٦١.

(٣) نصت الفقرة (اولاً) من المادة (٩) من قانون حماية المستهلك العراقي على أن " يحظر على المجهز والمعلن ما يأتي:-أولاً : ممارسة الغش والتضليل والتدليس واخفاء حقيقة المواد المكونة والمواصفات المعتمدة في السلع والخدمات كافة".

الجريمة تتمثل بعقوبة سالبة للحرية هي الحبس أو العقوبة المالية وهي الغرامة لذا فهي من وصف الجنيح^(١)، وبذلك فأن سلطة المحكمة في ايقاع العقوبة السالبة للحرية في هذه الجريمة هي الحبس من ثلاثة أشهر الى خمس سنوات^(٢)، أما عقوبة الغرامة فهي لا تقل عن (١٠٠٠٠٠٠) مليون دينار أي أن المشرع حدد قيمة الغرامة لا تقل عن الحد المقرر للجنة^(٣).

أما التشريع المصري فقد نصت المادة (٦٦) من قانون حماية المستهلك على أن "يعاقب بغرامة لا تقل عن (٥٠٠٠٠) ألف جنيه ولا تجاوز (٢٠٠٠٠٠٠) مليوني جنيه، أو مثلي قيمة المنتج محل المخالفة أيهما أكبر، كل مورد خالف أحكام أي من المواد: (٩، ١٣، ١٥) /فقرة أولى، ٣٢، ٣٤، ٥٦/فقرة ثانية) من هذا القانون"، يتضح من النص أن عقوبة الغرامة هي العقوبة الاصلية لمرتكب هذه الجريمة ، اذ حدد مقدار الحدين الاعلى والادنى للغرامة بأن لا تقل عن خمسين الف جنيه ولا تجاوز مليوني جنيه، وللقاضي سلطة الاختيار بين الحدين الاعلى والادنى، وكذلك أجاز للمحكمة الحكم بمثلي قيمة المنتج محل المخالفة أيهما أكبر ، أما بخصوص نوع الجريمة فهي جنحة^(٤) .

وفيما يتعلق بالتشريع الجزائري فقد نصت المادة (٦٨) من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على أن " يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في المادة (٤٢٩) من قانون العقوبات كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك بأية وسيلة أو طريقة كانت ... " أي أن قانون حماية

(١) المادة (٢٦) من قانون العقوبات العراقي .

(٢) المادة (٢٨) من قانون العقوبات العراقي عرفت الحبس الشديد بأنه " الحبس الشديد هو ايداع المحكوم عليه في احدى المنشآت العقابية المخصصة قانونا لهذا الغرض المدة المقررة في الحكم. ولا تقل مدته عن ثلاثة شهور ولا تزيد على خمس سنوات ما لم ينص القانون على خلاف ذلك وعلى المحكمة ان تحكم بالحبس الشديد كلما كانت مدة الحبس المحكوم بها أكثر من سنة ويكلف المحكوم عليه بالحبس الشديد بأداء الاعمال المقررة قانونا في المنشآت العقابية".

(٣) الفقرة (ب) من القانون الخاص بتعديل الغرامات العراقي رقم (٦) لسنة ٢٠٠٨ .

(٤) نصت المادة (١١) من قانون العقوبات المصري على أن " الجنيح هي الجرائم المعاقب عليها بالعقوبات الاتية: -الحبس - الغرامة التي يزيد أقصى مقدار لها على مائة جنيه".

المستهلك وقمع الغش أحال العقوبة الى المادة (٤٢٩) من قانون العقوبات والتي نصت على أن "يعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات و بغرامة من ٢٠٠٠ إلى ٢٠٠.٠٠٠ دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط كل من يخدع أو يحاول أو يخدع المتعاقد :- سواء في الطبيعة أو في الصفات الجوهرية، أو في التركيب، أو في نسبة المقومات اللازمة لكل هذه السلع، - سواء في نوعها أو مصدرها،- سواء في كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها. و في جميع الحالات فأن على مرتكب المخالفة إعادة الأرباح التي كان قد حصل عليها بدون حق"، يتضح أن المشرع الجزائري عاقب بالحبس والغرامة أو بأحدهما ، اذ حدد مقدار الحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات و حدد مبلغ الغرامة من خلال النص على حديها الأدنى والأعلى بأن لا تقل ٢٠٠٠ ولا تجاوز ٢٠٠.٠٠٠ دج أو بإحدى هاتين العقوبتين ، أي أن المشرع الجزائري عدَّ الجريمة من نوع جنحة^(١).

أما العقوبة المقترنة بظرف مشدد فلم ينص قانون العقوبات العراقي على ظرف مشدد خاص بجريمة ممارسة المعلن الغش في الاعلانات التجارية ، إلا أن المادة (١٣٥) من ذات القانون قد نصت على الظروف المشددة العامة^(٢) وحيث ان وصف هذه الجريمة جنحة ففي حال توافر ظرف مشدد جاز للمحكمة الحكم أكثر من الحد الأعلى للعقوبة على أن لا تزيد مدة الحبس على عشر سنوات^(٣).

(١) نصت المادة (٥) من قانون العقوبات الجزائري على أن " العقوبات الاصلية في مادة الجنح هي : ١- الحبس مدة تتجاوز شهرين الى خمس سنوات ما عدا الحالات التي يقر فيها القانون حدوداً أخرى ٢- الغرامة التي تتجاوز ٢٠٠٠٠ دج".

(٢) أضيفت ثلاث فقرات الى الظروف المشددة العامة بموجب امر سلطة الائتلاف (المنحلة) المرقم ٥٢ لسنة ٢٠٠٤ وهذه الفقرات هي " ٥ -إساءة استعمال المركز العام او الثقة المرتبطة به من اجل الحصول على مكسب شخصي، او عرض او منح او قبول بعض الامتيازات مخالفة للمهام المنوطة بالمركز العام او بالثقة الممنوحة لمن يشغل هذا المركز والاساءة لحقوق الاخرين بصفة رسمية او محاولة التسبب في وقوع مثل هذه الاساءات والمخالفات ٦- ارتكاب مخالفة في ما يتعلق بالاحكام المنصوص عليها في الاقسام الفرعية ٢ (٤) (أ) الى (د) من القانون الاساسي الذي تم بموجبه انشاء المفوضية المعنية بالنزاهة العامة، او تأييد من يرتكب مثل هذه المخالفة او يعيق محاولات الكشف عنها٧ - مخالفة اللوائح التنظيمية الصادرة عن المفوضية المعنية بالنزاهة الوطنية بخصوص الكشف عن المصالح المالية).

(٣) الفقرة (٢) من المادة (١٣٦) من قانون العقوبات العراقي .

أما قانون العقوبات المصري والجزائري فلم يفردا ينظما الظروف المشددة العامة كما فعل المشرع العراقي وإنما نصا على بعض الظروف واثرها على العقوبات في بعض الجرائم وليس من ضمن تلك الجرائم جريمة ممارسة المعلن الغش في الاعلانات التجارية.

الفرع الثاني

العقوبات الفرعية

العقوبات الفرعية - كما بينا سابقاً - تشمل العقوبات التبعية والتكميلية والتدابير الاحترازية، وحيث أن العقوبات التبعية المتمثلة بالحرمان من بعض الحقوق والمزايا لا يمكن ان تلحق المحكوم عليه في جريمة ممارسة المعلن الغش في الاعلانات التجارية لأنها تستتبع الاحكام الصادرة بالسجن المؤبد او المؤقت^(١)، وكذلك الحال في مراقبة الشرطة كعقوبة تبعية اذ تلحق المحكوم عليه في بعض الجرائم والتي ليس من ضمنها جريمة ممارسة المعلن الغش في الاعلانات التجارية^(٢).

أما العقوبات التكميلية وهي الحرمان من بعض الحقوق والمزايا والمصادرة ونشر الحكم بالإدانة، فبالنسبة للحرمان من بعض الحقوق والمزايا فمن الممكن فرضها اذا كان الحكم الصادر بحق الجاني الحبس لمدة أكثر من سنة^(٣)، إذ إن جريمة ممارسة المعلن الغش في الاعلانات

(١) المواد (٩٦ - ٩٨) من قانون العقوبات العراقي ، المادة (٢٤-٢٧) من قانون العقوبات المصري، اما قانون العقوبات الجزائري فلم ينص عليها .

(٢) المادة (٩٩) من قانون العقوبات العراقي ، والمادة (٢٨) من قانون العقوبات المصري، اما قانون العقوبات الجزائري فلم ينص عليها .

(٣) نصت المادة (١٠٠) من قانون العقوبات العراقي على "أ - للمحكمة عند الحكم بالسجن المؤبد أو المؤقت او بالحبس مدة تزيد على السنة أن تُقرر حرمان المحكوم عليه من حق أو أكثر من الحقوق المبينة أدناه ... ١-تولي بعض الوظائف والخدمات العامة، على أن يحدد ما هو محرم عليه منها بقرار الحكم وأن يكون القرار مسبباً تسبباً كافياً ٢- حمل أوسمة وطنية أو أجنبية ٣- الحقوق والمزايا الواردة في الفقرة (ثانياً) من هذا القرار كلاً أو بعضاً".

التجارية تعد من الجنح وإن العقوبة الاصلية المقررة لها هي الحبس مدة لا تقل عن (٣) أشهر أو بغرامة لا تقل عن مليون دينار أو بهما معاً .

أما بالنسبة للمصادرة ، فيجوز الحكم بها إذ يتم مصادرة الأشياء التي تم ضبطها أو الاشياء التي استعملت في ارتكاب جريمة ممارسة المعلن الغش في الاعلانات التجارية وذلك لأن هذه الجريمة تعد من وصف الجنح^(١) .

أما نشر الحكم فلا يمكن الحكم به لأن جريمة ممارسة المعلن الغش في الاعلانات التجارية تعد من الجنح وأن المشرع العراقي أجاز للمحكمة الحكم بها في حالة الحكم الصادر بالجناية فقط ، وجرائم محددة حصراً.

وبالنسبة لقانون العقوبات المصري فلم ينص على العقوبات التكميلية ، أما قانون العقوبات الجزائري فقد نظم أحكام العقوبات التكميلية الا أنه ليس جميع تلك العقوبات يمكن الحكم بها في هذه الجريمة ففيما يتعلق بعقوبات الحرمان من ممارسة الحقوق الوطنية والمدنية والعائلية ونشر الحكم والمصادرة، فهذه العقوبات تلحق الاحكام الصادرة في الجنايات^(٢) وحيث ان جريمة ممارسة المعلن الغش في الاعلانات التجارية تعد من الجنح فلا يمكن فرضها، اما العقوبات التكميلية الاخرى وهي سحب جواز السفر ، والحظر من اصدار الشيكات أو استعمال بطاقة الدفع وعقوبة الاقصاء من الصفقات العمومية ، فبالنسبة لعقوبة سحب جواز السفر فمن الممكن الحكم بسحب الجواز لمدة لا تزيد عن (٥) سنوات من تاريخ النطق بالحكم في حال الحكم بجريمة وصفها جنحة^(٣)، وكذلك عقوبة الحظر من اصدار الشيكات أو استعمال بطاقات الدفع فيمكن الحكم بها

(١) المادة (١٠١) من قانون العقوبات العراقي .

(٢) نصت المادة (١٥ / مكرر ١) من قانون العقوبات الجزائري.

(٣) المادة (١٦ / مكرر ٥) من قانون العقوبات الجزائري .

في الجرائم التي وصفها جنح ويجب على المحكوم عليه إرجاع دفاتر الشيكات^(١) والبطاقات التي بحوزته الى المؤسسة المصرفية المصدرة لها لحين انتهاء مدة الحظر التي يجب أن لا تتجاوز خمس سنوات في حال ارتكاب الجنحة^(٢)، وكذلك عقوبة الاقصاء من الصفقات العمومية فيجوز الحكم بها لمن يرتكب جريمة وصفها جنحة ويكون الاقصاء من خلال منع المحكوم عليه من المشاركة بشكل مباشر أو بشكل غير مباشر بأي صفقة عمومية لمدة خمس سنوات^(٣)، وبالتالي فيمكن الحكم على مرتكب جريمة ممارسة المعلن الغش في الاعلانات التجارية بأي من هذه العقوبات التكميلية.

أما التدابير الاحترازية التي تتلائم مع هذه الجريمة في قانون العقوبات العراقي^(٤)، فهي تدبير حظر ممارسة العمل، وغلق المحل ووقف الشخص المعنوي وحله.

فبالنسبة لتدبير حضر ممارسة العمل^(٥) فيمكن فرضه بحق من يرتكب جريمة ممارسة المعلن الغش في الاعلانات التجارية لأن الجريمة تعد من وصف الجنح وإن الجاني ارتكب اخلاً بواجبات مهنته أو نشاطه ، وبالتالي في حال الحكم بعقوبة الحبس لمدة لا تقل عن ستة شهور

(١) كان قانون العقوبات العراقي يستعمل كلمة شيك الى حين حلت كلمة صكوك بدلاً عنها اينما وردت في قانون العقوبات العراقي بموجب قرار مجلس قيادة الثورة (المنحل) رقم ١٤٧ في ٢٥ / ٥ / ١٩٩١، أما قانون العقوبات المصري فعلى الرغم من الغاء المادة (٣٣٧) الخاصة بجرائم الشيك الا انه ما زال يستعمل كلمة شيك بموجب احكام قانون التجارة رقم ١٧ لسنة ١٩٩٩ الذي نظم جرائم الشيك في المادة (٥٣٤) منه .

(٢) المادة (١٦ / مكرر / ٣) من قانون العقوبات الجزائري .

(٣) المادة (١٦ / مكرر / ٢) من قانون العقوبات الجزائري.

(٤) لم ينص قانون العقوبات المصري على التدابير الاحترازية، اما قانون العقوبات الجزائري فقد نص على التدابير واطلق عليها تدابير الامن الا انها لا تتناسب مع هذه الجريمة إذ نصت المادة (١٩) على أن " تدابير الامن هي ١- الحجز القضائي في مؤسسة استشفائية للأمراض العقلية، ٢- الوضع القضائي في مؤسسة علاجية".

(٥) نصت المادة (١١٤) من قانون العقوبات العراقي على أن " إذا ارتكب شخص جنائية او جنحة إخلالاً بواجبات مهنته أو حرفته أو نشاطه وحكم عليه من اجلها بعقوبة سالبة للحرية لا تقل مدتها عن ستة أشهر جاز للمحكمة وقت اصدار الحكم بالإدانة ان تحضر عليه ممارسة عمله مدة لا تزيد على سنة فإذا عاد الى مثل = جريمته خلال الخمس سنوات التالية لصدور الحكم النهائي بالحضر جاز للمحكمة ان تأمر بالحضر مدة لا تزيد على ثلاث سنوات " .

يمكن الحكم بحظر ممارسة العمل أما في حال الحكم بالحبس أقل من ستة شهور أو بالغرامة فلا يمكن فرض هذا التدبير ، ومثال تطبيق هذا التدبير منع المعلن من ممارسة نشر إعلاناته خلال مدة الحضر وكذلك منع الشخص المعنوي كالشركات أو وكالات الإعلان من ممارسة النشاط الذي يرتكب من خلاله جرائم الغش في الاعلانات سواء كان هذا المنع نهائياً أو مؤقتاً.

أما بالنسبة لغلق المحل فالمشرع العراقي أجاز للمحكمة المختصة عند الحكم على شخص لارتكابه جنائية أو جنحة أن تأمر بغلق المحل الذي تم استعماله في ارتكاب الجريمة لمدة لا تقل عن شهر واحد ولا تزيد على سنة^(١)، وبما أن جريمة ممارسة المعلن الغش في الاعلانات التجارية من وصف الجنح ، وبالتالي يمكن فرض تدبير غلق المحل على مكتب الاعلانات او الشركة او المؤسسة الاعلانية ، ويستتبع الغلق حظر مباشرة الاعمال او التجارة نفسها في المحل ذاته سواء كان ذلك بواسطة المحكوم عليه او أحد افراد اسرته وكذلك أي شخص آخر يكون المحكوم عليه قد أجر له المحل.

اما عقوبة وقف الشخص المعنوي وحله^(٢) فيمكن للمحكمة ان تأمر بوقف الشخص المعنوي لمدة لا تقل عن (٣) أشهر ولا تزيد على (٣) سنوات اذا كانت العقوبة المقررة في هذه الجريمة الحبس لمدة (٦) أشهر فأكثر ، وبالتالي يمكن الحكم بها في حال قيام أحد ممثلي الشخص المعنوي أو مدراءه أو وكلائه بارتكاب الجريمة باسم أو لحساب الشخص المعنوي، أما حل الشخص المعنوي فللمحكمة ان تأمر بهذه العقوبة في حال تكرار ارتكاب تلك الجنائية أو الجنحة لأكثر من مرة ، إلا أن فرض وقف الشخص المعنوي وحله ينطبق اذا ارتكبت الجريمة من احد ممثلي أو مديري أو

(١) المادة (١٢١) من قانون العقوبات العراقي .

(٢) نصت المادة (١٢٣) من قانون العقوبات العراقي على أن " للمحكمة أن تأمر بوقف الشخص المعنوي لمدة لا تقل عن ثلاثة اشهر ولا تزيد على ثلاث سنوات اذا وقعت جنائية أو جنحة من احد ممثليه أو مديره أو وكيله باسم الشخص المعنوي أو لحسابه وحكم عليه من اجلها بعقوبة سالبة للحرية لمدة ستة اشهر فأكثر، وإذا ارتكبت الجنائية أو الجنحة أكثر من مرة فللمحكمة ان تأمر بحل الشخص المعنوي " .

وكلاء مكتب الاعلانات أو الشركة أو المؤسسة الاعلانية التي تمتلك الشخصية المعنوية أو لحسابها وحكم عليه من اجلها بعقوبة سالبة للحرية لمدة (٦) اشهر فأكثر، أما المكاتب والشركات التي لا تمتلك هذه الشخصية المعنوية فلا يمكن فرض هذا التدبير.

أما قانون العقوبات المصري فلم ينص على التدابير الاحترازية ، ومع ذلك قانون قمع الغش والتدليس المصري نص على تدبيرين الاول هو غلق المنشأة والثاني هو وقف الشخص المعنوي، فبالنسبة لغلق المنشأة فقد أجازت المادة (١٠) من القانون للمحكمة أن تفرض تدبير غلق المنشأة المخالفة لمدة لا تتجاوز سنة واحدة و أن تحكم بإلغاء رخصتها في حالة العود بارتكاب بعض الجرائم الواردة في المواد (٢، ٣، ٣مكرر) من القانون ذاته^(١)، وإن هذه الجريمة مشمولة بحكم الفقرة (٢) من المادة (٢) من القانون^(٢) ، وبالتالي يمكن الحكم بهذا التدبير في حالة العود فقط ، اما التدبير الثاني فهو وقف الشخص المعنوي فقد نصت عليه المادة (٦/مكرر/٢) من القانون ذاته وأجازت للمحكمة أن تقضي بوقف نشاط الشخص المعنوي المرتبط بالجريمة لمدة لا تزيد على سنة، اما في حالة العود يجوز الحكم بوقف النشاط لمدة لا تزيد على (٥) سنوات أو بإلغاء الترخيص في مزاولة النشاط نهائيا^(٣).

(١) المادة (١٠) من قانون قمع التدليس والغش المصري.
 (٢) نصت الفقرة (٢) من المادة (٢) من قانون قمع الغش والتدليس المصري على أن " ٢- كل من صنع أو طرح أو عرض للبيع أو باع مواد أو عيوات أو أغلفة مما يستعمل في غش أغذية الإنسان أو الحيوان أو العقاقير أو النباتات الطبية أو الأدوية أو الحاصلات الزراعية أو المنتجات الطبيعية أو المنتجات الصناعية على وجه ينفى جواز استعمالها استعمالا مشروعاً أو بقصد الغش وكذلك كل من حرص أو ساعد على استعمالها في الغش بواسطة كراسات أو مطبوعات أو بأية وسيلة اخرى من أي نوع كانت".
 (٣) نصت المادة (٦/مكرر/٢) من قانون قمع الغش والتدليس المصري على أن " دون إخلال بمسئولية الشخص الطبيعي المنصوص عليها في هذا القانون ، يسأل الشخص المعنوي جنائياً عن الجرائم المنصوص عليها في هذا القانون إذا وقعت لحسابه أو باسمه بواسطة أحد أجهزته أو ممثليه أو أحد العاملين لديه. ويحكم على الشخص المعنوي بغرامة تعادل مثل الغرامة المعاقب بها عن الجريمة التي وقعت . ويجوز للمحكمة أن تقضى بوقف نشاط الشخص المعنوي المتعلق بالجريمة لمدة لا تزيد على سنة، وفي حالة العود يجوز الحكم بوقف النشاط لمدة لا تزيد على خمس سنوات أو بإلغاء الترخيص في مزاولة النشاط نهائياً..".

وفيما يخص قانون العقوبات الجزائري فيمكن فرض تدبير حضر ممارسة العمل على المحكوم عليه في جريمة ممارسة المعن الغش في الاعلانات التجارية كونها من وصف جنحة^(١).

المبحث الثاني

جريمة الاعلان عن الاشياء المخلة بالحياء أو الآداب العامة

تعد جريمة الاعلان عن الاشياء المخلة بالحياء أو الآداب العامة من الجرائم المخالفة لضابط موضوعي من ضوابط الاعلانات المتمثل بمحتوى الاعلان، فلا بد أن يكون ذلك المحتوى مشتملاً على القدر اللازم من محددات الالتزام بالحياء أو الآداب العامة لما لهذا الأمر من أهمية بالغة وآثار نفسية واجتماعية على حياة الأفراد وقد جرمت التشريعات المختلفة سواء العقابية منها أم الخاصة هذا الفعل بغية مواجهته لما يمثله من تجاوز على حقوق الآخرين وخذش لحياتهم .

ولم تُعرّف التشريعات هذه الجريمة إلا أنها نظمت أحكامها فالمشرع العراقي عاجها في الفصل الثالث بعنوان الفعل الفاضح المخل بالحياء من الباب التاسع تحت عنوان الجرائم المخلة بالأخلاق والآداب العامة من الكتاب الثاني(الجرائم المضرة بالمصلحة العامة) في المادة (٤٠٣) من قانون العقوبات التي نصت على أن "يعاقب بالحبس مدة لا تزيد على سنتين وبغرامة لا تزيد على مائتي دينار^(٢) أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من صنع أو استورد أو صدر أو حاز أو احرز أو نقل بقصد الاستغلال أو التوزيع كتاباً أو مطبوعات أو كتابات اخرى أو رسوم أو صور

(١) نصت المادة (١٦/مكرر) من قانون العقوبات الجزائري على أن "يجوز الحكم على الشخص المدان لارتكابه جنائية أو جنحة بالمنع من ممارسة مهنة أو نشاط، إذا ثبت للجهة القضائية أن للجريمة التي ارتكبها صلة مباشرة بمزاولة المهنة، وإن ثمة خطر في استمرار ممارسته لأي منهما".

(٢) عدل مبلغ الغرامات بموجب القانون رقم (٦) لسنة ٢٠٠٨ للمزيد ينظر الهامش رقم (١) من الصفحة (٢٤) من الاطروحة واصبح مبلغ الغرامة في الجرح مبلغاً لا يقل عن (٢٠٠٠٠١) مئتي ألف دينار وواحد ولا يزيد على (١٠٠٠٠٠٠) مليون دينار.

أو أفلام أو رموز أو غير ذلك من الأشياء إذا كانت مخلة بالحياة أو الآداب العامة، ويعاقب بالعقوبة ذاتها كل من أعلن عن شيء من ذلك أو عرضه على أنظار الجمهور أو باعه أو أجره أو عرضه للبيع أو الإيجار ولو في غير علانية. وكل من وزعه أو سلمه للتوزيع بأيّة وسيلة كانت، ويعدّ ظرفاً مشدداً إذا ارتكبت الجريمة بقصد افساد الاخلاق".

كما نصّ المشرع العراقي على هذه الجريمة في قانون المطبوعات^(١)، وتعليمات تعديل مكاتب الدعاية والنشر والاعلان العراقي^(٢).

أما المشرع المصري فقد عالجها قانون العقوبات في الباب الرابع عشر بعنوان الجرائم التي تقع بواسطة الصحف وغيرها في الكتاب الثاني (الجنايات والجنح المضرة بالمصلحة العمومية) إذ نصت المادة (١٧٨) على أن "يعاقب بالحبس مدة لا تزيد على سنتين وبغرامة لا تقل عن (٥٠٠٠) جنيه ولا تزيد على (١٠٠٠٠) جنيه أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من نشر أو صنع أو حاز بقصد الاتجار أو التوزيع أو الإيجار أو اللصق أو العرض مطبوعات أو مخطوطات أو رسومات أو إعلانات أو صوراً محفورة أو منقوشة أو رسوماً يدوية أو فوتوغرافية أو إشارات رمزية أو غير ذلك من الأشياء أو الصور عامة إذا كانت خادشة للحياة العام">

(١) نصت المادة (١٦) من قانون المطبوعات العراقي على أن " لا يجوز أن ينشر في المطبوع الدوري:- ٧... ما يعدّ انتهاكاً لحرمة الآداب والقيم الخلقية العامة" فيما حددت عقوبة لمن يخالف ذلك في المادة (مادة ٢٨) إذ نصت على أن " أ - يعاقب بالحبس مدة لا تتجاوز ثلاثين يوماً او بغرامة لا تزيد على خمسين ديناراً او بكتا العقوبتين كل من خالف احكام هذا القانون. ب - اذا كان الفعل معاقباً عليه بعقوبة أشد في أي قانون اخر فتطبق احكام القانون المذكور"، ويتضح من النص انه اذا كانت ممارسة الاعلان في احدي المطبوعات الدورية كالاعلانات في المجلات والجراند فإنه يجب ان لا ينشر فيها اذا كان فيه انتهاكاً للآداب والقيم الخلقية.

(٢) نصت الفقرة (اولاً) من المادة (١٠) من تعليمات تعديل مكاتب الدعاية والنشر والاعلان العراقي رقم (٤) لسنة ١٩٩٤ على أن "يمنع منعاً باتاً قيام المكتب بنشر وترويج او طبع الاعلانات المخلة بالآداب او المروجة للنزعات الطائفية ونظمت هذه التعليمات الاجراءات المتخذة بحق من يخالف هذا النص في الفقرة (رابعاً) من المادة (١٢) إذ نصت على أن " رابعاً- تغلق الدعوى نهائياً وتسحب اجازته وتحرك ضده دعوى قضائية وفق القانون في حال مخالفته لأحكام الفقرة اولاً من المادة (١٠) من هذه التعليمات".

يتضح أن المشرع المصري جرم النشر أو الصنع أو الحيازة إذا كان القصد منه الاتجار أو التوزيع أو بقصد الايجار أو اللصق أو العرض للإعلانات الخادشة بالحياء العام ولم يشر النص الى الآداب العامة كما فعل المشرع العراقي.

ومن الجدير بالذكر إن المشرع المصري نص على جريمة الاعلان عن الاشياء المخلة بالحياء أو الآداب العامة في بعض القوانين الخاصة منها ما جاء في قانون حماية المستهلك^(١)، وما جاء بقانون المطبوعات^(٢)، وقانون تنظيم الاعلانات على الطرق العامة^(٣)، وإن هذه القوانين الخاصة اقتصرت على التجريم في نوع أو أنواع محددة من الاعلانات أما النص الذي يحكم جميع أنواع الاعلانات فهو النص الوارد في قانون العقوبات سالف الذكر .

أما المشرع الجزائري فقد عالج هذه الجريمة في قانون العقوبات في القسم السادس (انتهاك الآداب) من الفصل الثاني بعنوان الجنايات والجنح ضد الاسرة والآداب العامة من الباب الثاني(الجنايات والجنح ضد الأفراد) في المادة (٣٣٣/مكرر) إذ نصت على أن " يعاقب بالحبس

(١) نصت المادة (١٣) من قانون حماية المستهلك المصري على أن "يحظر استيراد منتجات أو إنتاجها أو تداولها أو الإعلان عنها على نحو يكون من شأنه التمييز بين المواطنين أو الإساءة إليهم، أو الإخلال بقواعد النظام العام أو الآداب العامة"، وهذا النص يقتصر على الاعلانات التجارية الخاصة بالسلع والمنتجات واشترط ان لا تكون تلك الاعلانات مخلة بقواعد النظام العام او الآداب العامة وقد تضمن القانون على فرض عقوبة لكل من يخالف ذلك بالمادة (٦٦) التي نصت على أن "يعاقب بغرامة لا تقل عن خمسين ألف جنيه ولا تجاوز مليوني جنيه، أو مثلي قيمة المنتج محل المخالفة أيهما أكبر، كل مورد خالف أحكام أي من المواد: (٩)، (١٣)، (١٥) /فقرة أولى، ٣٢، ٣٤، ٥٦ /فقرة ثانية) من هذا القانون".

(٢) نصت المادة (١٠) من قانون المطبوعات المصري على أن "يجوز لمجلس الوزراء ان يمنع من التداول في مصر المطبوعات المثيرة للشهوات " ولم يميز النص فيما اذا كانت المطبوعات دورية او غير دورية كما نصت المادة (٢٦) من القانون على فرض عقوبة على دخول المطبوعات والجرائد المشار اليها في المادة (١٠) من القانون او تداولها او نشرها بالحبس لمدة لا تتجاوز ستة اشهر والغرامة من (٢٠) جنيه الى (٢٠٠) جنيه او احدى هاتين العقوبتين.

(٣) نصت المادة (٢) من قانون تنظيم الاعلانات على الطرق العامة المصري على أن "اختصاص الجهاز القومي لتنظيم الإعلانات علي الطرق العامة دون غيره بتحديد الأسس والمعايير والقواعد المنظمة للإعلانات واللافتات علي الطرق العامة ... مع مراعاة النظام العام والآداب"، ويعد هذا النص منسجم مع التطورات التي تحدث عبر اختلاف الأماكن والازمنة من خلال تحديد جهة مختصة ببيان ما يعد ماساً بالنظام العام والآداب في مكان وزمان معين، وحددت المادة (٢٦) منه عقوبة لمن يخالف احكام القانون بنصها " كل من وضع إعلاناً أو لافتة أو تسبب في وضعه بالمخالفة لهذا القانون والقرارات المنفذة له يعاقب بغرامة لا تقل عن مثلي قيمة تكلفة الأعمال ولا تزيد علي ثلاثة أمثال تلك القيمة ، وتتعدد العقوبات بتعدد المخالفات".

من شهرين إلى سنتين و بغرامة من ٥٠٠ إلى ٢٠٠٠ دج كل من صنع أو حاز أو استورد أو ساعي في استيراد من أجل التجارة أو قام بالتوزيع أو الإيجار أو اللصق أو أقام معرضاً أو عرض أو شرع في العرض للجمهور أو باع أو شرع في البيع أو وزع أو شرع في التوزيع كل مطبوع أو محرر أو رسم أو إعلان أو صور أو لوحات زيتية أو صور فتوغرافية أو أصل الصورة أو قالبها أو أنتج أي شيء مخل بالحياء"^(١)، أن النص جرم الصنع أو الحيازة أو الاستيراد أو السعي في استيراد من أجل التجارة أو من أجل التوزيع أو الإيجار أو اللصق أو إقامة معرضاً أو عرض أو الشرع في العرض للجمهور أو البيع أو الشرع في البيع أو التوزيع أو الشرع في التوزيع للإعلانات إذا كانت مخلّة بالحياء، كما ورد النص على هذه الجريمة في القوانين الخاصة منها ما جاء بقانون التجارة الالكترونية^(٢) ، أما القانون الخاص بالاشهارات في الجزائر وهو قانون الوكالة الوطنية للنشر والاشهار فقد خلا من النص على هذه الجريمة لأن الأصل في الاعلانات أن تمارس من جهة حكومة يفترض فيها ان تكون ملتزمة بضوابط الاعلانات :

وحيث ان الاحكام الاجرائية لهذه الجريمة لا تختلف عن باقي الجرائم فهي تخضع للمبادئ العامة ولا خصوصية فيها عن باقي الجرائم، عليه سنقتصر على تناول أركان الجريمة والعقوبة المقررة لها، لذا سنقسم هذا المبحث على مطلبين، نفرّد المبحث الأول لأركان جريمة الاعلان عن

(١) المادة (٣٣٣ / مكرر) من قانون العقوبات الجزائري .

(٢) نصت المادة (٣٠) من قانون التجارة الالكترونية الجزائري رقم (١٨-٠٥) لسنة ٢٠٠٨ على أن " دون المساس بالأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها في هذا المجال كل اشهار أو ترويج أو رسالة ذات طبيعة أو هدف تجاري تتم عن طريق الاتصالات الالكترونية يجب ان يلبي المقتضيات الآتية: أن تكون محددة بوضوح كرسالة تجارية أو اشهارية. - أن تسمح بتحديد الشخص الذي تم تصميم الرسالة لحسابه. - ألا تمس بالأداب العامة والنظام العام. - أن تحدد بوضوح ما إذا كان هذا الغرض التجاري يشمل تخفيضا أو مكافآت أو هدايا في حالة ما إذا كان هذا العرض تجاريا أو تنافسيا أو ترويجيا. - التأكد من أن جميع الشروط الواجب استيفاؤها للاستفادة من العرض التجاري ليست مضللة ولا غامضة"، ويقتصر هذا النص على الاشهارات ذات الطبيعة التجارية فقط التي تتم بوسيلة الاتصالات الالكترونية فحسب ولا تشمل باقي الوسائل، وقد نصت المادة (٤٠) من القانون على عقوبة الغرامة لمن يخالف ذلك ومقدارها من (٥٠٠٠٠) د ج الى (٥٠٠٠٠٠) د ج .

الاشياء المخلة بالحياء أو الآداب العامة وبتناول في المطلب الثاني عقوبة جريمة الاعلان عن الاشياء المخلة بالحياء أو الآداب العامة.

المطلب الأول

أركان جريمة الاعلان عن الاشياء المخلة بالحياء أو الآداب العامة

لا تختلف جريمة الاعلان عن الاشياء المخلة بالحياء أو الآداب العامة عن غيرها من الجرائم من حيث توافر الأركان العامة للجريمة المتمثلة بالركن المادي والركن المعنوي، كما أن هذه الجريمة تتطلب وجود ركناً خاصاً فيها يتمثل بصفة الجاني ومحل الجريمة^(١)، واننا سوف نقتصر على بيان محل الجريمة فقط تجنباً للتكرار.

عليه سنقسم هذا المطلب على فرعين سنتناول في الفرع الأول الركن الخاص ، وسنخصص الفرع الثاني للأركان العامة.

الفرع الأول

الركن الخاص

يتمثل الركن الخاص في جريمة الاعلان عن الاشياء المخلة بالحياء أو الآداب العامة بمحل هذه الجريمة وهو الحياء أو الآداب العامة، وأن تسمية الحياء أو الآداب العامة لم تتفق عليها كافة النصوص التجريبية للدول محل المقارنة ، فالتشريعات العراقية استعملت عدة مفردات للدلالة على ذلك كالمخلة بالحياء أو الآداب العامة، وانتهاك حرمة الآداب والقيم الخلقية، والمخلة

(١) د . مأمون محمد سلامة ، مصدر سابق ، ص ٩٧.

بالآداب، و خدش الحياء والذوق العامين^(١) ، والتشريعات المصرية استعملت عدة مفردات ايضاً وهي خادشة للحياء، والاخلال بقواعد النظام والآداب العامة، والمطبوعات المثيرة للشهوات، وعدم مراعاة النظام والآداب^(٢)، أما التشريعات الجزائرية فاستعمل عدة مفردات ايضاً وهي أي شيء مخل بالحياء، والا تمس بالآداب العامة والنظام العام^(٣) ، وبذلك يتبين عدم اتفاق القوانين على استخدام مفردات موحدة للدلالة على الاخلال بالحياء أو الآداب العامة .

لذا يتضح أن جميع تلك المفردات المستعملة تستهدف الدلالة على غرض واحد يتمثل بمنع كل ما يخل بالحياء أو الآداب العامة أي كانت صيغة التعبير عنها ومسائلة المعلن، والسؤال هنا كيف يتم تحديد إن الفعل يعدّ مخلًا بالحياء أو الآداب العامة من عدمه؟ ان تحديد ما يعلن عنه من كتب أو مطبوعات أو كتابات اخرى أو رسوم أو افلام أو رموز أو غير ذلك من الاشياء كونها مخلّة بالحياء أو الآداب العامة من عدمه من الامور النسبية وهي مختلفة من بلد لآخر فما يعدّ مخلًا بالحياء أو الآداب في مكان معين لا يعدّ كذلك في مكان آخر^(٤) ، كما أن هذا الاخلال بالحياء أو الآداب العامة قد يقع بأساليب مختلفة كاستخدام صور عارية لأشخاص موجودين

(١) المادة (٤٠٣) من قانون العقوبات العراقي ، والمادة (١٠) من تعليمات تعديل مكاتب الدعاية والنشر والاعلان العراقي ، والمادة (١٦) من قانون المطبوعات العراقي.

(٢) المادة (١٧٨) من قانون العقوبات المصري ، والمادة (١٣) من قانون حماية المستهلك المصري، والمادة (١٠) من قانون المطبوعات المصري ، والمادة (٢) من قانون تنظيم الاعلانات على الطرق العامة المصري.

(٣) المادة (٣٣٣/ مكرر) من قانون العقوبات الجزائري ، والمادة (٣٠) من قانون التجارة الالكترونية الجزائري.

(٤) عبد الوهاب بدرة ، مصدر سابق، ص ٨٦.

فعالاً^(١) ، أو استعمال صوراً افتراضية أو ما يعرف بالصور الزائفة^(٢)، أو ذكر أسماء الأشخاص الراغبين في الاتصال الجنسي إلى غير ذلك من أساليب الترغيب والتشجيع^(٣) .

مع الإشارة إلى ارتكاب بعض الأفعال التي تعد منافية للحشمة في مكان ما إلا أنها ليست مخرجة بالحياء أو الآداب العامة ولا يمكن عدّها محققة للسلوك الاجرامي لهذه الجريمة وإن تقدير ذلك يعود لقاضي الموضوع^(٤)، على سبيل المثال الاعلان عن الملابس الداخلية أو الاعلان عن المقويات الجنسية، لذا يتضح أن الأفعال المنافية للحشمة هي أقل اثاراً من الأفعال المخرجة بالحياء أو الآداب العامة .

الفرع الثاني

الاركان العامة

تنقسم الأركان العامة في جريمة الاعلان عن الاشياء المخرجة بالحياء أو الآداب العامة الى ركنين هما الركن المادي والركن المعنوي وكما سنبينهما :

اولاً : الركن المادي

إن السلوك الاجرامي في جريمة الاعلان عن الاشياء المخرجة بالحياء أو الآداب العامة وفقاً للتشريع العراقي يتمثل بالاعلان عن الأشياء المخرجة بالحياء أو الآداب العامة وقد أورد المشرع العراقي تلك الاشياء في المادة (٤٠٣) من قانون العقوبات على أنها " ٠٠٠ كتاباً أو مطبوعات أو كتابات اخرى أو رسوم أو صور أو افلام أو رموز أو غير ذلك من الاشياء ٠٠٠" والكتاب هو

(١) محمد امين الشوابكة ، جرائم الحاسوب والإنترنت الجريمة المعلوماتية ، ، ط ١ ، الاصدار الثالث ، دار الثقافة للنشر كلية العلوم السياسية ، جامعة النهدين ، ص ١٠٥ .

(٢) د. احمد كيلان عبد الله ، جريمة انتهاك الاخلاق باستخدام الحاسوب و الانترنت، مجلة قضايا سياسية كلية العلوم السياسية ، جامعة النهدين، المجلد ٣ ، العدد ١٧ ، ٢٠٠٩ ، ص ١٩٦ .

(٣) د. سعيد عبد اللطيف حسن ، الحماية الجنائية للعرض في الفقه الإسلامي والقانون الوضعي ، دار النهضة العربية ، القاهرة، ٢٠٠٤ ، ص ٢٢٩ .

(٤) عبد الوهاب بدره ، الجرائم المنافية للأخلاق والآداب ، ط ١ ، الموزع ادموند حائل ، حلب، ١٩٩٩ ، ص ٨٦ .

أي كتابة أو شيء مكتوب أو مجموعة صحف موضوعة بين غلافين^(١)، أما المطبوعات فهي بصفة عامة كل شيء مطبوع ولا فرق إذا كانت طباعته بالمطبعة أم بخط اليد أم بأي وسيلة أخرى وهي أما أن تكون مطبوعات دورية أو مطبوعات غير دورية، حيث تشمل المطبوعات الدورية الجرائد والمجلات والنشرات الدورية والتي تصدر باستمرار في اعداد متسلسلة وفي أوقات معينة^(٢)، بينما المطبوعات غير الدورية هي كل مطبوع يصدر مرة واحدة أو في أجزاء معلومة^(٣)، أما الكتابات الأخرى فهي تشمل الكتيبات والنشرات وكل ما هو مدون بلغة يمكن فهمها أي كانت طريقة تدوينها بخط اليد أو الطباعة ولا عبرة بنوع المادة التي أفرغت الكتابة فيها على الورق أو القماش أو أي مادة صالحة للكتابة عليها^(٤)، وبالنسبة للرسوم فهي كل ترتيب للخطوط يستخدم لإعطاء السلع أو المنتجات أو الخدمات رونقاً جميلاً أو شكلاً جذاباً يميزها عن غيرها من السلع أو المنتجات أو الخدمات المتماثلة^(٥)، والرسوم تمثل ابتكارات جديدة بترتيب الخطوط غالباً على سطح السلع^(٦)، وأياً كان مصدر هذا الرسم مستوحى من الطبيعة أم نسج من الخيال، فالمهم أن يؤدي هذا الرسم إلى تمييز السلع والمنتجات عمّا يشابهها وان يضيف رونقاً وزينة على المنتج أو السلعة بحيث يعجب الناظرين وأن يضيف الانبهار شكلاً دعائياً يميزها عن غيرها من المنتجات^(٧)، أما الصورة فهي امتداد ضوئي للجسم ثابت على شيء كالورق مثلاً أو الخشب أو الحجر ونحو ذلك بحيث يثبت منظر ذلك الشكل كما تم تجسيده^(٨)، وبخصوص الافلام فهي تمثل الافلام السينمائية على اختلاف أنواعها وقياساتها وأفلام الفيديو التجارية والشخصية والافلام

(١) لطيفة حميد محمد ، جرائم النشر في التشريع العراقي ، اطروحة دكتوراه ، كلية القانون ، جامعة بغداد، ١٩٩٩، ص ٢٥.

(٢) نصت الفقرة (٣) من المادة (١) من قانون المطبوعات العراقي على أن " كل مطبوع يصدر باستمرار في اعداد متسلسلة وفي اوقات معينة".

(٣) نصت الفقرة (٥) من المادة (١) من قانون المطبوعات العراقي على أن "٥- المطبوع غير الدوري : كل مطبوع يصدر مرة واحدة او في اجزاء معلومة كالكتب والتصاویر والنشرات وغيرها سواء كانت مطبوعة او مخطوطة باليد او مكتوبة بأية وسيلة أخرى بأكثر من نسخة واحدة ولغرض النشر".

(٤) د. رياض شمس ، حرية الرأي وجرائم الصحافة والنشر ، ج ١، مطبعة دار الكتب المصرية ، القاهرة، ١٩٧٤، ص ١٣٨.

(٥) د. سميحة القليوبي ، الملكية الصناعية ، دار النهضة العربية ، ط٥ ، ٢٠٠٥، ص ٦٥٥.

(٦) كامل عبد الحسين البلداوي وصادق سعد الله ألبياتي ، الحماية القانونية للرسوم والنماذج الصناعية دراسة مقارنة، مجلة بحوث مستقبلية، كلية الحداثة الجامعة ، العدد ٦ ، ٢٠٠٢ ، ص ٨١ .

(٧) د. سميحة القليوبي ، مصدر سابق، ص ٦٥٦.

(٨) عبد الحكيم ذنون يونس ، الحماية الجنائية للحريات الفردية ، اطروحة دكتوراه ، كلية القانون ، جامعة الموصل ، ٢٠٠٣، ص ٢٠٦.

الغنائية والراقصة^(١) ، أما الرموز فهي الكلمات أو بديل الكلمات التي تمثل رمزية خاصة بها تستخدم كأسلوب اختزالي مؤثر للتعبير عن شيء معين أو فكرة معينة^(٢)، وحيث ان المشرع أورد هذه الاشياء على سبيل المثال وليس الحصر وهذا واضح مما ذكره بعد هذه الاشياء من عبارة " ٠٠٠ أو غير ذلك من الاشياء اذا كانت مخلة بالحياء أو الآداب العامة٠٠٠ " .

أما بخصوص السلوك الجرمي لهذه الجريمة وفقاً للتشريع المصري فيتمثل بكل نشر أو صنع أو حيازة سواء بقصد الاتجار أو التوزيع أو الايجار أو بقصد اللصق أو العرض للاعلانات الخادشة للحياء العام^(٣) ، والنشر هو عرض المطبوعات على الجمهور أو تداول شيء مكتوب من خلال تعليق أو توزيع أو عملية البيع للمطبوع في الأماكن التي يمكن مشاهدتها من أي شخص أو عرض هذه المطبوعات للبيع^(٤)، أما الصنع فيعني العمل والابتكار وهو الحرفة التي يعملها الصانع بيده أو بآلة^(٥)، وبخصوص الحيازة فهي تصرف فعلي يستبد به الشخص في تصرفه بمال منقول او مال غير المنقول خلال وجوده في يده ويظهر ذلك من الناحية المادية في استعماله والإفادة منه^(٦)، وهي بذلك سلطة فعلية لشخص على شيء من الاشياء يستعملها بصفته مالكا له أو صاحب حق عيني عليه سواء استندت هذه السلطة الى حق أم لم تستند ، فالحيازة هي مجرد مظهر من مظاهر التسلط الفعلي^(٧)، ولا فرق فيما اذا كانت تلك الحيازة الغرض منها الاتجار أو التوزيع او الايجار أو اللصق أو العرض^(٨) فالمهم هو أن يكون ما نشره الناشر أو صنعه الصانع أو حازه الحائز من اعلانات كانت خادشة للحياء العام .

(١) الفقرة (٤) من المادة (١) من قانون الرقابة على المصنفات والافلام السينمائية العراقي رقم ٦٤ لسنة ١٩٧٣ (المعدل) .

(٢) د. صفوت العالم ، الشعارات والرموز الانتخابية ، ط١ ، مطابع كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٩ ، ص ١٠٧ .

(٣) المادة (١٧٨) من قانون العقوبات المصري .

(٤) د. ابراهيم قاسم ثروت الوندائي ، المسؤولية الجزائية عن جرائم المطبوعات ، مجلة القضاء ، نقابة المحامين العراقيين ، العدد ٢ ، السنة ٣ ، ١٩٤٤ ، ص ٦٨ .

(٥) ايهاب عبد المطلب ، الموسوعة الجنائية الحديثة في شرح قانون العقوبات ، مجلد ٢ ، نادي القضاة ، مصر ، ٢٠١٠ ، ص ٢٧١ .

(٦) صلاح الدين الناهي ، الوجيز في الحقوق العينية الاصلية ، ج ١ ، بغداد ، بدون مطبعة ، ١٩٦١ ، ص ٣١٥

(٧) مدحت الحسيني ، الحماية الجنائية للحيازة ، دار المطبوعات الجامعية ، الاسكندرية ، ١٩٨٩ ، ص ١٧ .

(٨) الاتجار مصطلح مشتق من التجارة، وهو مزاولة الأعمال التجارية، بتقديم السلع الى الغير بمقابل عن طريق البيع والشراء، أما التوزيع فهو التقسيم لعدد معين بحيث يتم توفير الشيء لهذا العدد ، والايجار هو تملك منفعة معلومة بعوض معلوم لمدة معلومة وبه يلتزم المؤجر ان يمكن المستأجر من الانتفاع بالمأجور، اما اللصق فهو كل ما يوضع أو يعلق على الحوائط في الطرقات العامة والميادين والاماكن المختلفة ، اما العرض فهو اظهار وأبراز الشيء ، للمزيد ينظر اسماء احمد الرشيد، الاتجار بالبشر وتطوره التاريخي، دار النهضة العربية، =

وكذلك الامر بالنسبة للتشريع الجزائري فالسلوك الجرمي يتمثل بالصنع أو الحيازة أو الاستيراد أو السعي في الاستيراد من أجل التجارة أو التوزيع أو التأجير أو اللصق أو إقامة معرضاً أو العرض أو الشرع في العرض للجمهور أو البيع أو اشترع في البيع أو التوزيع أو شرع في التوزيع إعلانات مخلة بالحياء^(١)، وبذلك فارتكاب الفعل المخل بالحياء من الصانع أو الحائز أو المستورد أو البائع أو الموزع يعد محققاً للسلوك الجرمي في هذه الجريمة .

ومن خلال الاطلاع على الموقف التشريعي يتضح ان المشرع العراقي جرّم السلوك الجرمي المرتكب من المعلن^(٢) بشكل صريح ، في حين المشرعان المصري والجزائري نصا على مجموعة من الافعال وجرما كل من يرتكب أحد تلك الافعال اذا ارتبطت بإعلانات خادشة للحياء العام وفقاً للتشريع المصري، أو مخلاً بالحياء وفقاً للمشرع الجزائري ، وبما أن قوانين حماية المستهلك في مصر والجزائر عدا كل من يزاول أي فعل من تلك الافعال معنأ سواء كان وسيطاً اعلانياً او وكالة اعلانية او أي شخص عادي^(٣) ، لذا فأن مرتكب تلك الافعال يعدّ معنأ ، حيث أن ناشر الاعلان وصانعه وموزعه ولاصقه وحائزه بقصد الاتجار هم جميعاً يدخلون ضمناً كعاملين في أدوات اعلانات أو وكالات الاعلانات وبالتالي فهم معنئين وفقاً لقوانين حماية المستهلك .

ونؤيد موقف مشرعنا العراقي بنصه صراحة على مسؤولية المعلن عن احد الاشياء المخلة بالحياء العام او الآداب العامة وليس بشكل ضمني كما فعل المشرعان المصري والجزائري لعدم الخلط بين المفردات الاخرى فالناشر مثلاً يعدّ معنأ إن تضمن نشره اعلاناً في إحدى مكاتب الاعلان ولا يعدّ معنأ إذا تضمن نشره شيء آخر غير الاعلان، والصانع كذلك يعدّ معنأ إذا تضمن صناعته محتوى اعلاني في إحدى الوكالات الاعلانية ولا يعدّ كذلك إذا صنع شيء آخر

=القاهرة، ٢٠٠٩، ص١٥، و آمال رحماني ، الملصقات الاعلانية وتغيير سلوك المستهلك ، مجلة المعيار ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، الجزائر ، العدد ، ٥٤ ، مجلد ٥٢ ، ٢٠٢١ ، ص ٣٢٣ .

(١) المادة (٣٣٣/مكرر) من قانون العقوبات الجزائري

(٢) الفقرة (سابعاً) من المادة (١) من قانون حماية المستهلك العراقي عرفت المعلن بأنه " سابعاً - المعلن: كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بالإعلان عن سلعة أو خدمة أو الترويج لها بذاته أو بوساطة غيره باستخدام أي وسيلة من وسائل الإعلان".

(٣) الفقرة (٦) من المادة (١) من قانون حماية المستهلك المصري عرفت المعلن بأنه "٦- المعلن: كل شخص يقوم بالإعلان عن سلعة أو خدمة أو الترويج لها بذاته أو بوساطة غيره باستخدام أي وسيلة من الوسائل الإعلامية أو الاعلانية، بما في ذلك الوسائل الرقمية، ويعدّ معنأ، طالب الإعلان والوسيط الاعلاني والوكالة الاعلانية ووسيلة الإعلان، وذلك كله وفقاً للمواصفات القياسية المصرية الخاصة باشتراطات الإعلان عن السلع والخدمات"، أما وفقاً لقانون حماية المستهلك وقمع الغش الجزائري فأن عمل المعلن يدخل ضمن أعمال المتدخل وعرفه في المادة (٣) منه بأنه " كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك".

وهكذا في بقية الأشياء، حيث عدّ المشرع العراقي المعلن كل شخص طبيعي كان أو معنوي يقوم بالاعلان بنفسه أو بواسطة غيره باستخدام اي وسيلة:

وإن السلوك الاجرامي في هذه الجريمة يكون بنشاط ايجابي كتقديم المطبوعات أو الصور أو الرموز الى مكتب الاعلان أو أحد مكاتب أو أدوات الاعلان او الوكالات والشركات و المؤسسات الاعلانية لإتمام الاعلان ، ويجد السلوك الاجرامي لهذه الجريمة المجال الرحب له في الاعلانات الالكترونية والاعلانات على شبكة الانترنت^(١) لسهولة الاعلان عن الاشياء الكترونياً وضعف الرقابة عليها وأتساع انتشارها ، ولا يمكن تصور تحقق هذه الجريمة بسلوك سلبي لأن السلوك السلبي يتمثل بامتناع الشخص عن فعل إيجابي أمر به القانون في حين النص التجريمي يشير للسلوك الايجابي فقط كصنع الاعلانات أو نشرها أو لصقها وغيرها ، كما تعد هذه جريمة الاعلان عن الاشياء المخلة بالحياء أو الآداب العامة من جرائم الخطر التي أساسها تحقق السلوك الاجرامي دون اشتراط تحقق نتيجة مادية معينة حيث يتحقق السلوك الاجرامي بمجرد ارتكاب النشاط المادي المكون لها^(٢)، إلا أنه يمكن تصور تحقق الاستمرار في السلوك الاجرامي المكون للركن المادي لهذه الجريمة فالاعلان بطبيعته يتميز بالتأقيت وإن انتهاء هذا الوقت مع استمرار الاعلان عن تلك الاشياء المخلة بالحياء او الآداب العامة يؤدي لاستمرار السلوك الاجرامي المحقق للجريمة .

كما أن السلوك الاجرامي في هذه الجريمة لا يشترط أن يكون موجهاً لأفراد معينين بل يكفي ان يكون موجهاً لأفراد غير محددين فهو موجه لكل من يتصل الاعلان بإحدى حواسمهم، مما يחדش عاطفة الحياء والحشمة لديهم، ولا يشترط أن يكون الاعلان بشكل علني وهذا ما أورده المادة (٤٠٣) صراحة بنصها على أن "٠٠٠ ويعاقب بالعقوبة ذاتها كل من اعلن عن شيء من

(١) بهاء المري ، جرائم النشر الصحفي و الالكترونى ، منشأة المعارف ، الاسكندرية ، ٢٠١٧ ، ص٣٧٤.

(٢) د. رمسيس بهنام ، مصدر سابق ، ص٤٨٨.

ذلك ٠٠٠ ولو في غير علانية ٠٠٠" اما المشرعين المصري والجزائري فلم ينصا على ذلك ،
ونؤيد موقف مشرعنا العراقي في ذلك فعلى الرغم من ان الغالب في الاعلانات عن الاشياء المخلة
بالحياء انها تكون علنية وتتحقق هذه العلنية بمجرد أمكانية مشاهدة تلك الاعلانات سواء بوضعها
بمكان يرتاده الناس ويمكن مشاهدته فيه كالحدائق أو الأماكن المفتوحة للجمهور، أو وضعه على
الطرق العامة أو في وسائل التواصل الاجتماعي وتحقق العلنية المتمثلة بالذبيوع والانتشار أي
وصول العلم الى الناس وصولاً حقيقياً أو مفترضاً^(١)، كما يمكن أن يتحقق الاعلان عن تلك
الاشياء بشكل غير علني كالاعلان عن محال تدليك صحي وفي الحقيقة أنها اعلانات عن أماكن
تستعمل في الواقع لإرضاء شهوات جنسية^(٢) .

أما النتيجة الجرمية فهي العنصر الثاني من عناصر الركن المادي لجريمة الاعلان عن
الاشياء المخلة بالحياء أو الآداب العامة بوصفها الأثر الطبيعي الذي يتمخض عن الاعلان عن
الاشياء المخلة بالحياء أو الآداب العامة والنتيجة في هذه الجريمة ذات مدلول قانوني يتمثل
بمجرد تعريض المصلحة القانونية للخطر أي أن الجريمة تقوم بمجرد الاعلان عن الاشياء المخلة
بالحياء أو الآداب العامة وفقاً للتشريع العراقي ، أو بمجرد النشر أو الصنع أو الحيازة سواء بقصد
الاتجار أو التوزيع أو الإيجار أو حالة اللصق أو العرض للاعلان الخادش للحياء العام وفقاً
للتشريع المصري والجزائري لان ذلك يمثل اعتداء على مصلحة قانونية تمثل محل الحماية^(٣)، ولا
تحتاج إلى تحقيق نتيجة اجرامية مادية ترتبط بالسلوك الاجرامي الذي أفضى إليها برابطة
السببية^(٤) .

(١) عبد الوهاب بدرة ، مصدر سابق، ص ٣٥٦ .

(٢) د. مجدي محمود محب حافظ ، موسوعة الجرائم المخلة بالآداب العامة وجرائم العرض ، ج ١ ، ط٢ ، دار
العدالة ، القاهرة ، ٢٠٠٧ ، ص ١٤٠ .

(٣) د. رمسيس بهنام ، مصدر سابق ، ص ٥٧٣ .

(٤) د. عوض محمد عوض، مصدر سابق، ص ٥٤ .

أما علاقة السببية فلا جدوى من بحثها في جريمة الاعلان عن الاشياء المخلة بالحياة أو الآداب العامة لأن نتيجة هذه الجريمة تكون قانونية وليست مادية اي لا تتطلب احداث ضرر معين وهي تعد تامة بمجرد ارتكاب سلوكها الاجرامي^(١) وهي لا تثير اي مشكلة .

اما ما يتعلق بالشرع في جريمة الاعلان عن الاشياء المخلة بالحياة أو الآداب العامة فإن هذه الجريمة تعد من جرائم الخطر، وقد اتجهت التشريعات العقابية الى تجريمها تماشياً مع السياسة التجريمية الحديثة المتضمنة حماية بعض المصالح القانونية وحماية الشعور العام ، كما أن الاعمال التي تسبق السلوك الجرمي لهذه الجريمة تعد أعمالاً فنية أو مادية سابقة وهي مجرد أعمال تحضيرية أو تمهيدية للعمل الرئيس المخل بالحياة العام أو الآداب العامة^(٢)، لذا فلا يمكن تصور الشرع في هذه الجريمة لأنها من الجرائم الشكلية التي تتخلف فيها النتيجة الجرمية المادية بحكم القانون ، فهي تتحقق بمجرد أن يبدأ الجاني اتيان نشاطه الجرمي ، ولا ينتفي تحققها وقف ذلك النشاط أو عدم تحقق الغاية التي انشأ من اجلها أو خيبة الاثر إذ ان مجرد ارتكاب السلوك الجرمي يحقق الجريمة لأنه كافٍ لتحقيقها^(٣).

أما بخصوص المساهمة في جريمة الاعلان عن الاشياء المخلة بالحياة أو الآداب العامة فهي قد تكون مساهمة أصلية او مساهمة تبعية فتكون المساهمة أصلية حين يرتكب الفاعل الجريمة لوحده أو مع غيره، وكذلك في حالة من يساهم في ارتكاب الجريمة إذا كانت تتكون من جملة أفعال ، وكذلك حالة من يدفع بأية وسيلة، شخصاً غير مسؤول جزائياً عنها على تنفيذ الفعل

(١) د. ابراهيم محمد ابراهيم ، علاقة السببية في قانون العقوبات ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ٢٠٠٧ ، ص ٣٨ .

(٢) د. شيرزاد عزيز سلمان ، عقد الإعلان في القانون (دراسة مقارنة) ، ط ١ ، دار دجلة ، الأردن ، عمان ، ٢٠٠٨ ، ص ٦٦ .

(٣) د. عبد العلمي عبد الواحد ، شرح القانون الجنائي المغربي القسم العام - دراسة في المبادئ العامة في الجريمة والمجرم والعقوبة والتدبير الوقائي ، بدون مكان طبع ، ٢٠٠٧ ، ص ٢٨٠ .

المكون للجريمة^(١)، كأن يتم استخدام صورة هذا الشخص وهو عارٍ في الاعلان أو تصويره وهو يقوم بحركات مخله بالحياء وتضمن الاعلان لهذا التصوير .

أما بخصوص الشريك الذي يحضر مكان الجريمة فلا يتصور تحقق هذه الصورة الا ببعض الاعلانات الثابتة، فالاعلانات كافية لوحدها لتحقيق الجريمة وحيث ان علة المشرع من جعل الشريك الذي يكون حاضراً مسرح الجريمة هي ما يقوم به من تعضيد لدور الفاعل في ارتكاب الجريمة في حين ان هذه الجريمة تتم بمجرد ارتكاب فعل الاعلان عن الاشياء المخلة بالحياء أو الآداب العامة بأي وسيلة كانت وإن حضور الشريك لا يعضد دور الفاعل فيها ، ومثال ذلك الاعلانات الالكترونية المخلة بالحياء التي تصل لكافة المستخدمين بلحظة واحدة فلا يتصور حضور الشريك فيه وبذلك فإن جريمة الاعلان عن الاشياء المخلة بالحياء أو الآداب العامة قد تقع من جاني واحد أو من جناة متعددين يؤدي كل من منهم دوراً رئيساً فيها فيعدّ كلاً منهم فاعلاً أصلياً لها ، أو قد يكون دور أحدهم أو بعضهم رئيسياً فيها فيعدّ فاعلاً أصلياً للجريمة على حين يكون دور البقية ثانوياً تربطهم بالفاعل الأصلي رابطة ما، وعندئذ يعدّ هؤلاء شركاء للفاعل الاصلي .

أما بخصوص المساهمة التبعية فالمساهم يقوم بنشاط ثانوي في تنفيذ الجريمة ويرتبط نشاطه بنشاط الفاعل الاصلي ويستمد منه صفته الاجرامية^(٢)، وفي هذه الجريمة هو كل من قام بالتحريض على ارتكاب فعل الاعلان عن الاشياء المخلة بالحياء أو الآداب العامة فوقعت الجريمة بناء على هذا التحريض ، أو كل من اتفق على ارتكابها مع غيره ، وتم ارتكابها بناءً على هذا الاتفاق ، أو من أعطى المعلن آلات أو أي شيء آخر مما استعمل في الجريمة مع العلم بها

(١) د. رؤوف عبید ، مبادئ القسم العام ، مصدر سابق ، ص ٤١٩ .

(٢) د. ماهر عبد شويش الدرہ ، مصدر سابق ، ص ٢٥٨ .

أو قام بمساعدته عمداً بأي طريقة أخرى في احد الاعمال سواء كانت اعمالاً مجهزة أو اعمالاً مسهلة لارتكابها، ومن المتصور تحقق المساهمة التبعية في جريمة الاعلان عن الاشياء المخلّة بالحياء أو الآداب العامة بجميع صورها سواء بالتحريض أو بالاتفاق أو بالمساعدة وحسب الأحكام المنصوص عليها في كل دولة ، فبالنسبة لقانون العقوبات العراقي فإن المساهمة تتحقق بصورها كافة وإن عقوبة الشريك هي ذات العقوبة المنصوص عليها قانوناً ، وحتى ولو كان المعلن الذي يمثل فاعل الجريمة الاصيلي غير معاقب بسبب عدم توفر القصد الجرمي لديه أو لأحوال أخرى خاصة به فذلك لا يمنع من معاقبة من قام بالاشتراك معه^(١).

وكذلك الحال بالنسبة لقانون العقوبات المصري فمن أشترك في جريمة فعلية عقوبتها الا ما استثنى قانوناً بنص خاص ، وبذلك فإن قانون العقوبات يعاقب الشريك بعقوبة الفاعل الا في حالة وجود نص خاص^(٢)، وقد خصت نصوص قانون العقوبات الجرائم التي ترتكب بواسطة الصحف بنص خاص عدّ فيه التحريض بارتكاب جريمة من وصف جنائية أو من وصف جنحة بالقول أو الصياح أو الجهر علناً أو الايماء أو الكتابة أو الرسوم أو الصور أو الرموز أو اي طريقة من طرق التمثيل العلنية يعدّ شريكاً في فعلها^(٣)، كما أن قانون العقوبات عدّ رؤساء التحرير والناشرون مسؤولين كفاعلين اصليين في ارتكاب هذه الجريمة اذا ارتكبت بواسطة الصحف^(٤)، وبنفس الاتجاه سار المشرع الجزائري الذي بدوره احال تنظيم مسألة المساهمة في الجريمة الى

(١) المادة (٥٠) من قانون العقوبات العراقي .

(٢) المواد (٤٠ - ٤١) من قانون العقوبات المصري .

(٣) نصت المادة (١٧١) من قانون العقوبات المصري على " كل من حرض واحداً أو أكثر بارتكاب جنائية أو جنحة بقول أو صياح جهر به علناً أو بفعل أو ايماء صدر منه علناً أو بكتابة أو رسوم أو صور أو صور شمسية أو رموز أو أية طريقة أخرى من طرق التمثيل جعلها علنية أو بأية وسيلة أخرى من وسائل العلانية يعدّ شريكاً في فعلها ويعاقب بالعقاب المنصوص لها إذا ترتب على هذا التحريض وقوع تلك الجنائية أو الجنحة بالفعل....".

(٤) المادة (١٧٨/ مكرر) من قانون العقوبات المصري.

القواعد العامة ، وإن المساهمة التبعية تتحقق بالمساعدة فقط^(١) لان التحريض يعد من صور المساهمة الاصلية^(٢).

ثانيا : الركن المعنوي

تعد جريمة الاعلان عن الاشياء المخلة بالحياء أو الآداب العامة من جريمة عمدية تتطلب وجود القصد الجرمي لدى المعلن بعنصريه العلم والإرادة ، لذا يشترط أن يكون المعلن يعلم تماماً أن سلوكه الذي يمارسه هو ممارسة لأعلاناً مخالفاً بالحياء والآداب العامة ويعلم ان تلك الاعلانات ينفر المجتمع من رؤيتها وتثير في نفسه الشعور بالخجل والحشمة، ثم يوجه إرادته لارتكابها دون مراعاة أي شيء من ذلك ، وغير مبال ولا مهتم بتقاليد المجتمع ولا بشعوره وأخلاقه^(٣)، وهذا العلم يكون لدى المعلن الذي يتولى الاعلان بنفسه والعاملين في مكاتب الاعلانات أو الوكالات الاعلانية في حال قيامها بصناعة ذلك الاعلان أو نشره أو لصقه او بثه أو توزيعه فالعلم يشترط ان يكون لدى كل واحد منهم لاسيما وأن قوانين حماية المستهلك عدت كل واحد منهم معلناً^(٤).

والعلم بالسلوك يكون مفترضاً بقريضة قانونية قاطعة لا تقبل الدفع بالجهل به أو الغلط فيه كحجة لنفي القصد الجرمي^(٥)، إلا أنه يوجد استثناءات على فرضية العلم بالقانون كحالة وجود قوة قاهرة كالكوارث الطبيعية وحالة الأجنبي الذي يدخل البلد خلال سبعة أيام من قدومه وكان قانون محل إقامته لا يجرم ذلك مع جهله بأنه مجرم.

(١) المادة (٤٢) من قانون العقوبات الجزائري .

(٢) المادة (٤٤١) من قانون العقوبات الجزائري .

(٣) د. مجدي محمود محب حافظ ، مصدر سابق، ص ٤١٣ .

(٤) للمزيد حول بيان تعريف التشريعات محل الدراسة للمعلن راجع الصفحات (١٢١ - ١٢٣) من هذه الاطروحة .

(٥) د. علي عبد القادر القهوجي ، شرح قانون العقوبات (القسم العام - نظرية الجريمة)، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، ٢٠١١ ، ص ٤٠٠ .

أما بخصوص الإرادة فهي إرادة المعلن أو العاملين في مكاتب الاعلانات او الوكالات الاعلانية بالاعلان عن الاشياء المخلة بالحياء أو الآداب العامة ولا يشترط أن توجه تلك الإرادة إلى أحداث نتيجة تمس الشعور العام بالحياء عند رؤية ما تحويه تلك الاعلانات عن أشياء خادشة للحياء أو الآداب، بل إن إرادة تلك الاعلانات تكون كافية، لأنها لوحدتها تكون تخدش عاطفة الحياء لدى الناس حتى وإن لم يراها احد^(١)، ويشترط أن تكون إرادة المعلن عن وعي وأدراك ويعلم الغرض النهائي والوسيلة التي يستعين بها لبلوغ هذا الغرض^(٢) ولا فرق في أن تكون إرادة ممارسة ذلك الاعلان متجهة لأن توضع في أماكن عامة يمكن لأي شخص الاطلاع عليها كالاعلانات على الطرق العامة والمتنزهات والحدائق والأماكن العامة بالتخصيص كالمساجد والمدارس والمسارح ودور السينما، أو أماكن خاصة كالاعلانات الموضوعه على محال خاصة بشرط أن يكون الاعلان ممكن مشاهدته من قبل الناس فالعبرة ليست بالمكان بل بإمكانية مشاهدة الاعلان من اي مكان عام أو خاص^(٣).

كما لا يشترط ان تتجه الإرادة لإحداث الإفساد أو تحقيق نتيجة مادية معينة بل يكفي أن تتجه الى الاعلان المخل بالحياء أو الآداب العامة بشكل صحيح وإن يكون لديه تصور كامل عما اعلن عنه مما يمثل اعتداء على مصلحة يحميها القانون^(٤)، أما امكانية تصور تحقق الجريمة بالخطأ فإن النص لم يتضمن صراحة امكانية تحقق الاعلان عن الاشياء المخلة بالحياء او الآداب العامة بإحدى صور الخطأ المنصوص عليها قانوناً ولو شاء المشرع لنص على ذلك صراحة.

(١) يعقوب يوسف الجدوع و محمد جابر الدوري ، مصدر سابق، ص ٥٩٤.

(٢) د. محمود نجيب حسني ، النظرية العامة للقصد الجنائي ، مصدر سابق ، ص ٢.

(٣) يعقوب يوسف الجدوع و محمد جابر الدوري ، مصدر سابق، ص ٥٩٩.

(٤) د. نبيه صالح ، النظرية العامة للقصد الجنائي ، ط ١ ، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، ٢٠٠٤ ، ص ٤٩.

المطلب الثاني

عقوبة جريمة الاعلان عن الاشياء المخلة بالحياء أو الآداب.

إن كل من يرتكب جريمة الاعلان عن الاشياء المخلة بالحياء أو الآداب العامة يستحق جزاءً جنائياً إذا كان الجاني أهلاً للمسؤولية الجزائية ، وتفرض عليه العقوبة المنصوص عليها قانوناً، وهذه العقوبة أما أن تكون عقوبة أصلية أو عقوبات فرعية ، وهذا ما سنوضحه من خلال تقسيم هذا المطلب على فرعين نخصص الأول لبيان العقوبات الاصلية ونتناول في الثاني العقوبات الفرعية.

الفرع الأول

العقوبات الاصلية

لقد اختلفت التشريعات محل الدراسة في تحديد العقوبة الاصلية المقررة لجريمة الاعلان عن الاشياء المخلة بالحياء أو الآداب العامة، فبالنسبة لقانون العقوبات العراقي جرمها في المادة (٤٠٣) التي نصت على أن "يعاقب بالحبس مدة لا تزيد على سنتين وبغرامة لا تزيد على مائتي دينار ،، ويعدّ ظرفاً مشدداً اذا ارتكبت الجريمة بقصد إفساد الأخلاق"، يتضح من النص انه عدّ هذه الجريمة من وصف جنحة ونص على الحد الاعلى للعقوبة بأن لا تزيد على سنتين وغرامة لا تزيد على مائتي دينار أو بإحدى هاتين العقوبتين ، وبذلك فإن السلطة التقديرية للمحكمة في ايقاع الحبس البسيط أو الشديد على ان لا يزيد عن سنتين^(١)، أما بالنسبة الى

(١) المادة (٢٨) من قانون العقوبات العراقي عرفت الحبس الشديد بأنه "الحبس الشديد هو ايداع المحكوم عليه في احدى المنشآت العقابية المخصصة قانوناً لهذا الغرض المدة المقررة في الحكم. ولا تقل مدته عن ثلاثة شهور ولا تزيد على خمس سنوات ما لم ينص القانون على خلاف ذلك وعلى المحكمة ان تحكم بالحبس الشديد كلما كانت مدة الحبس المحكوم بها أكثر من سنة ويكلف المحكوم عليه بالحبس الشديد بأداء الاعمال المقررة قانوناً في المنشآت العقابية".

عقوبة الغرامة فهي لا تقل عن (٢٠٠٠٠١) مئتي الف دينار وواحد ولا يزيد عن (١٠٠٠٠٠٠) مليون دينار^(١).

أما قانون العقوبات المصري فقد نص على هذه الجريمة في المادة (١٧٨) التي نصت على أن "يعاقب بالحبس مدة لا تزيد على سنتين وبغرامة لا تقل عن (٥٠٠٠) خمسة آلاف جنيه ولا تزيد على (١٠٠٠٠) عشرة آلاف جنيه أو بإحدى هاتين ٠٠٠٠" يتضح ان المشرع جرم الاعلانات الخادشة بالحياء العام وأن الجريمة وصفها جنحة^(٢)، وأن السلطة التقديرية للمحكمة في ايقاع الحبس لمدة لا يزيد عن سنتين كما حدد مبلغ الغرامة من خلال النص على حددها الأدنى والأعلى بأن لا يقل مقدارها عن مبلغ خمسة آلاف جنيه ولا يزيد مقدارها على مبلغ عشرة الاف جنيه أو بإحدى هاتين العقوبتين.

وبخصوص قانون العقوبات الجزائري فقد تناول جريمة الاعلان عن الاشياء المخلة بالحياء أو الآداب العامة في المادة(٣٣٣/ مكرر) منه والتي نصت على أن " يعاقب بالحبس من شهرين إلى سنتين و بغرامة من ٥٠٠ إلى ٢٠٠٠ دج ٠٠٠"^(٣)، يتضح أن الجريمة تعد من وصف الجرح^(٤)، كما بين النص الحد الأدنى والاعلى للعقوبة بالحبس من شهرين إلى سنتين وكذلك الغرامة من ٥٠٠ د ج إلى ٢٠٠٠ دج، وبالتالي فسلطة المحكمة التقديرية تتمثل بفرض عقوبة تتراوح بين الحد الأدنى والاعلى لتلك العقوبة المنصوص عليها .

لذا يتضح أن وصف الجريمة واحد في جميع التشريعات محل الدراسة وهي جنحة أما العقوبة الاصلية المقررة للجريمة فهي تختلف من تشريع لآخر، وأن العقوبة المقررة في قانون

(١) الفقرة (ب) من المادة (٢) من القانون الخاص بتعديل الغرامات العراقي رقم (٦) لسنة ٢٠١٠ .

(٢) نصت المادة (١١) من قانون العقوبات المصري على " الجرح هي الجرائم المعاقب عليها بالعقوبات الآتية: - الحبس - الغرامة التي يزيد أقصى مقدار لها على مائة جنيه".

(٣) المادة (٣٣٣ / مكرر) من قانون العقوبات الجزائري .

(٤) المادة (٥) من قانون العقوبات الجزائري.

العقوبات الجزائي هي الاكثر شدة لأنها لا تجيز الحكم بالغرامة لوحدها وإنما لابد من الحكم بالحبس بين الحدين الأدنى والأعلى وكذلك الحكم بالغرامة المحددة ، وحيث إن هذه الجريمة من الأهمية التي تستدعي تغليظ العقوبة للحد الذي يمكن ان يحقق الردع العام والخاص وأن الحكم بالغرامة لوحدها لا يحقق ذلك.

أما العقوبة المقترنة بظرف مشدد فأن قانون العقوبات العراقي نص على ظرف مشدد خاص بجريمة الاعلان عن الاشياء المخلة بالحياء أو الآداب العامة وهو ما جاء بذيل المادة (٤٠٣) من عبارة "... ويعتبر ظرفاً مشدداً اذا ارتكبت الجريمة بقصد افساد الاخلاق..." ، هذا بالإضافة الى الظروف المشددة العامة الواردة في المادة (١٣٥) من القانون ذاته^(١)، وأن اثر توافر أحد تلك الظروف على العقوبة هو تشديدها حيث يجوز للمحكمة الحكم بأكثر من الحد الاعلى للعقوبة على أن لا تزيد مدة الحبس بكل الاحوال على عشر سنوات^(٢).

أما قانون العقوبات المصري والجزائري فلم يفردا ينظما الظروف المشددة العامة كما فعل المشرع العراقي وإنما نصا على بعض الظروف واثرها على العقوبات في بعض الجرائم ، ولم ينصا على ظرف مشدد خاص بجريمة ممارسة الاعلان عن الاشياء المخلة بالحياء أو الآداب العامة.

(١) نصت المادة (١٣٥) من قانون العقوبات العراقي على "مع عدم الإخلال بالأحوال الخاصة التي ينص فيها القانون على تشديد العقوبة، يعتبر من الظروف المشددة ما يلي: ١- ارتكاب الجريمة بباطل ديني. ٢- ارتكاب الجريمة بانتهاز فرصة ضعف ادراك المجني عليه أو عجزه عن المقاومة أو في ظروف لا تمكن الغير من الدفاع عنه. ٣- استعمال طرق وحشية لارتكاب الجريمة أو التمثيل بالمجني عليه. ٤- استغلال الجاني في ارتكاب الجريمة صفته كموظف أو اساءته استعمال سلطته أو نفوذه المستمد من وظيفته." بالإضافة للظروف التي اضيفت بموجب امر سلطة الائتلاف (المنحلة) المرقم ٥٢ لسنة ٢٠٠٤ المشار اليها في الهامش (٢) من الصفحة رقم (١٣٧) من الاطروحة.

(٢) الفقرة (٢) من المادة (١٣٦) من قانون العقوبات العراقي .

الفرع الثاني

العقوبات الفرعية

سنقتصر في هذا الفرع على تناول العقوبات التكميلية والتدابير الاحترازية، حيث أن العقوبات التبعية لا يمكن ان تلحق العن في حال الحكم عليه في جريمة الاعلان عن الاشياء المخلة بالحياء أو الآداب العامة لأن هذه العقوبات تستتبع الاحكام الصادرة بالسجن المؤبد او المؤقت^(١) وكذلك الحال بالنسبة الى مراقبة الشرطة فهي كعقوبة تبعية إذ تلحق المحكوم عليه في حال الحكم عليه بجرائم معينة ليس من ضمنها هذه الجريمة^(٢).

وبالنسبة للعقوبات التكميلية سنقتصر على تناول عقوبتي الحرمان من بعض الحقوق والمزايا والمصادرة^(٣)، فبالنسبة للحرمان من بعض الحقوق والمزايا فمن الممكن الحكم بها اذا كان الحكم الصادر بحق الجاني الحبس لمدة أكثر من سنة^(٤) إذ إن جريمة الاعلان عن الاشياء المخلة بالحياء أو الآداب العامة تعد من الجرح وإن العقوبة الاصلية المقررة لها هي الحبس مدة لا تقل عن (٣) أشهر أو بغرامة لا تقل عن مليون دينار أو بهما معاً .

(١) المواد (٩٦ - ٩٨) من قانون العقوبات العراقي ، المادة (٢٤-٢٧) من قانون العقوبات المصري، اما قانون العقوبات الجزائري فلم ينص عليها .

(٢) المادة (٩٩) من قانون العقوبات العراقي ، والمادة (٢٨) من قانون العقوبات المصري، اما قانون العقوبات الجزائري فلم ينص عليها .

(٣) المواد (١٠٠ ، ١٠١) من قانون العقوبات العراقي، أما قانون العقوبات المصري فلم ينص على العقوبات التكميلية ، والمواد (٩-١٢) من قانون العقوبات الجزائري.

(٤) نصت المادة (١٠٠) من قانون العقوبات العراقي على "أ - للمحكمة عند الحكم بالسجن المؤبد أو المؤقت او بالحبس مدة تزيد على السنة أن تُقرر حرمان المحكوم عليه من حق أو أكثر من الحقوق المبينة أدناه ١.... - تولي بعض الوظائف والخدمات العامة، على أن يحدد ما هو محرم عليه منها بقرار الحكم وأن يكون القرار مسبباً تسبباً كافياً ٢- حمل أوسمة وطنية أو أجنبية ٣- الحقوق والمزايا الواردة في الفقرة (ثانياً) من هذا القرار كلاً أو بعضاً".

أما بالنسبة للمصادرة ، فيجوز الحكم بها إذ يتم مصادرة الأشياء التي تم ضبطها أو الأشياء التي استعملت في ارتكاب جريمة الاعلان عن الأشياء المخلة بالحياة أو الآداب العامة وذلك لأن هذه الجريمة تعدّ من وصف الجنح^(١) .

وبالنسبة لقانون العقوبات المصري فلم ينص على العقوبات التكميلية ، أما قانون العقوبات الجزائري فقد نظم أحكام العقوبات التكميلية إلا أنه ليس جميع تلك العقوبات يمكن الحكم بها في هذه الجريمة ففيما يتعلق بعقوبات الحرمان من ممارسة الحقوق الوطنية والمدنية والعائلية ونشر الحكم والمصادرة فهذه العقوبات تلحق الاحكام الصادرة في الجنايات^(٢) وحيث ان جريمة الاعلان عن الاشياء المخلة بالحياة أو الآداب العامة تعد من الجنح فلا يمكن فرضها، أما العقوبات التكميلية الاخرى وهي سحب جواز السفر ، والحظر من اصدار الشيكات أو استعمال بطاقة الدفع وعقوبة الاقصاء من الصفقات العمومية ، فيمكن الحكم على مرتكب جريمة الاعلان عن الاشياء المخلة بالحياة أو الآداب العامة بأي من هذه العقوبات، فبالنسبة لسحب جواز السفر فيمكن الحكم بسحب الجواز لمدة زمنية لا تزيد عن خمس سنوات من تاريخ النطق بالحكم في حال الحكم بجريمة وصفها جنحة^(٣)، أما عقوبة الحظر من اصدار الشيكات أو استعمال بطاقات الدفع فيمكن الحكم بها في الجرائم التي وصفها جنح ويجب على المحكوم عليه إرجاع دفاتر الشيكات والبطاقات التي بحوزته الى المؤسسة المصرفية المصدّرة لها لحين انتهاء مدة الحظر التي يجب أن لا تتجاوز خمس سنوات في حال ارتكاب الجنحة^(٤)، أما الاقصاء من الصفقات العمومية فيجوز الحكم بها لمن يرتكب جريمة وصفها جنحة ويكون الاقصاء من خلال منع المحكوم عليه

(١) المادة (١٠١) من قانون العقوبات العراقي .

(٢) نصت المادة (١٥ / مكرر ١) من قانون العقوبات الجزائري.

(٣) المادة (١٦ / مكرر ٥) من قانون العقوبات الجزائري .

(٤) المادة (١٦ / مكرر ٣) من قانون العقوبات الجزائري .

من المشاركة في الصفقات بشكل مباشر أو بشكل غير مباشر بأي صفقة عمومية لمدة خمس سنوات^(١).

أما التدابير الاحترازية التي تتلائم مع هذه الجريمة في قانون العقوبات العراقي^(٢)، فهي حظر ممارسة العمل، وغلق المحل، ووقف الشخص المعنوي وحله، والتعهد بحسن السلوك .
فبالنسبة لتدبير حظر ممارسة العمل^(٣) فيمكن فرضه بحق من يرتكب جريمة الاعلان عن الاشياء المخلة بالحياء أو الآداب العامة لأن الجريمة تعد من وصف الجرح وإن الجاني ارتكب اخلاقاً بواجبات مهنته أو نشاطه ، وبالتالي في حال الحكم بعقوبة الحبس لمدة لا تقل عن ستة أشهر يمكن الحكم بحظر ممارسة العمل أما في حال الحكم بالحبس أقل من ستة أشهر أو بالغرامة فلا يمكن فرض هذا التدبير .

أما بالنسبة لغلق المحل فالمشروع العراقي أجاز للمحكمة عند اصدارها الحكم على المحكوم عليه لارتكابه جريمة وصفها جنائية أو جريمة وصفها جنحة أن تأمر بغلق المحل او المكان الذي استخدم في ارتكاب الجريمة لمدة زمنية لا تقل عن شهر ولا تزيد على سنة واحدة^(٤)، وبما أن هذه الجريمة من وصف الجرح ، فبالنظر الى تدبير غلق المحل على مكتب الاعلانات او الشركة او المؤسسة الاعلانية ، ويستتبع قرار الغلق حظر مزاوله العمل نفسه في ذات المحل

(١) المادة (١٦ / مكرر / ٢) من قانون العقوبات الجزائري.

(٢) لم ينص قانون العقوبات المصري على التدابير الاحترازية، اما قانون العقوبات الجزائري فقد نص على التدابير واطلق عليها تدابير الامن الا انها لا تتناسب مع هذه الجريمة إذ نصت المادة (١٩) على أن " تدابير الامن هي ١- الحجز القضائي في مؤسسة استشفائية للأمراض العقلية، ٢- الوضع القضائي في مؤسسة علاجية".

(٣) نصت المادة (١١٤) من قانون العقوبات العراقي على أن " إذا ارتكب شخص جنائية او جنحة إخلالاً بواجبات مهنته أو حرفته أو نشاطه وحكم عليه من اجلها بعقوبة سالبة للحرية لا تقل مدتها عن ستة أشهر جاز للمحكمة وقت اصدار الحكم بالإدانة ان تحضر عليه ممارسة عمله مدة لا تزيد على سنة فإذا عاد الى مثل جريمته خلال الخمس سنوات التالية لصدور الحكم النهائي بالحضر جاز للمحكمة ان تأمر بالحضر مدة لا تزيد على ثلاث سنوات ".

(٤) المادة (١٢١) من قانون العقوبات العراقي .

سواء كان ذلك من قبل المحكوم عليه نفسه أو من قبل أحد افراد أسرته أو أي شخص آخر يكون المحكوم عليه قد أجر له المحل أو نزل له عنه بعد وقوع الجريمة.

اما عقوبة وقف الشخص المعنوي وحله^(١) فيمكن للمحكمة ان تأمر بوقف الشخص المعنوي لمدة لا تقل عن (٣) أشهر ولا تزيد على (٣) سنوات اذا كانت العقوبة المفروضة في هذه على مرتكب هذه الجريمة هي الحبس لمدة (٦) أشهر فأكثر ، وبالتالي يمكن الحكم بها في حال قيام أحد ممثلي الشخص المعنوي أو مدراءه أو وكلائه بارتكاب السلوك المكون للجريمة وكان ذلك باسم أو لحساب الشخص المعنوي، أما حل الشخص المعنوي فللمحكمة ان تأمر بهذه العقوبة في حال تكرار ارتكاب تلك الجناية أو الجنحة أكثر من مرة ، إلا أن فرض وقف الشخص المعنوي وحله ينطبق اذا الجريمة ارتكبت من قبل أحد ممثلي أو مديري أو وكلاء مكتب الاعلانات او الشركة او المؤسسة الاعلانية التي تمتلك الشخصية المعنوية أو لحسابها وحكم عليه من اجلها بعقوبة سالبة للحرية لمدة (٦) أشهر فأكثر، أما المكاتب والشركات التي لا تمتلك هذه الشخصية المعنوية فلا يمكن فرض هذا التدبير.

أما تدبير التعهد بحسن السلوك فهذا التدبير أنفرد به قانون العقوبات العراقي عن قوانين العقوبات المقارنة ويتمثل هذا التدبير بإلزام المحكوم عليه بأن يحزر في الوقت الذي يصدر الحكم عليه تعهداً بحسن سلوكه^(٢) ، اذا ارتكب جريمة من وصف جنائية أو من وصف جنحة ضد النفس

(١) نصت المادة (١٢٣) من قانون العقوبات العراقي على أن " للمحكمة أن تأمر بوقف الشخص المعنوي لمدة لا تقل عن ثلاثة اشهر ولا تزيد على ثلاث سنوات اذا وقعت جنائية أو جنحة من احد ممثليه أو مديريه أو وكلائه باسم الشخص المعنوي أو لحسابه وحكم عليه من اجلها بعقوبة سالبة للحرية لمدة ستة اشهر فأكثر، وإذا ارتكبت الجناية أو الجنحة أكثر من مرة فللمحكمة ان تأمر بحل الشخص المعنوي " .

(٢) الفقرة (١) من المادة (١١٨) من القانون العقوبات العراقي عرفت التعهد بحسن السلوك بأنه " ١ - التعهد بحسن السلوك هو الزام المحكوم عليه بان يحزر وقت صدور الحكم تعهدا بحسن سلوكه لمدة لا تقل عن سنة ولا تزيد على مدة العقوبة المحكوم بها على ان لا تزيد بأي حال على خمس سنوات تبدأ من تاريخ انتهاء تنفيذ العقوبة او انقضائها لأي سبب اخر. ويلزم المحكوم عليه بان يودع صندوق المحكمة مبلغا من المال او ما يقوم مقامه =

أو المال أو ضد الآداب العامة^(١)، و بما ان جريمة الاعلان عن الاشياء المخلة بالحياء أو الآداب العامة تعد جنحة ضد الآداب العامة لذا من الممكن فرضها في هذه الجريمة .

وفيما يخص قانون العقوبات المصري فلم ينص على التدابير الاحترازية ، أما قانون العقوبات الجزائري فيمكن فرض تدبير حضر ممارسة العمل على الجاني في جريمة الاعلان عن الاشياء المخلة بالحياء أو الآداب العامة كونها من وصف جنحة^(٢)، أما بالنسبة لغلق المحل فلا يمكن أن يحكم به لأن الحكم به يقتصر على الاحكام الصادرة بالجنايات.

=تقدره المحكمة بما يتناسب مع حالته المادية على ان لا يقل المبلغ عن عشرين ديناراً ولا يزيد على مائتي دينار ويجوز ان يدفع المبلغ عن المحكوم عليه شخصاً آخر".

(١) نصت المادة (١١٨) من القانون العقوبات العراقي على أن " يجوز للمحكمة عند اصدارها حكماً على شخص في جنائية او جنحة ضد النفس او ضد الآداب العامة ان تلزم المحكوم عليه وقت اصدار الحكم بالإدانة ان يحرر تعهداً بحسن السلوك".

(٢) نصت المادة (١٦/مكرر) من قانون العقوبات الجزائري على أن " يجوز الحكم على الشخص المدان لارتكابه جنائية أو جنحة بالمنع من ممارسة مهنة أو نشاط، إذا ثبت للجهة القضائية أن للجريمة التي ارتكبها صلة مباشرة بمزاولة المهنة، وإن ثمة خطر في استمرار ممارسته لأي منهما".

الخاتمة

بعد الانتهاء من دراسة موضوع المسؤولية الجزائية الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات -دراسة مقارنة-) توصلنا الى عدد من الاستنتاجات والمقترحات نورد اهمها :

اولا - الاستنتاجات:

١- على الرغم من الأهمية الكبيرة للاعلانات في الحياة اليومية إلا أنها لم تحظ بالتنظيم القانوني المنظم لجميع جوانبها واطرافها وضوابطها بل إن ما جاء في قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان العراقي عبارة عن قواعد تنظيمية خاصة بممارسة تلك الاعلانات من قبل مكاتب الاعلانات دون تنظيم باقي أحكام الاعلانات .

٢- تعد الاعلانات أحد أهم وسائل الاتصال التي تقوم بإيصال المعلومات والأفكار إلى الجمهور وهي تمثل أبرز وسائل التعريف بالمنتجات أو الخدمات ولاسيما وأن الدول تعيش في حالة من الانفتاح على العالم الخارجي، وبنفس الوقت لها تأثير سلبي كبير إذا ما استخدمت استخداماً غير مشروع من شأنه يؤدي إلى الغش والخداع، أو أن تكون وسيلة للمساس بالحياة أو الآداب العامة .

٣- إن التشريعات محل المقارنة عدت ممارسة الاعلانات عملاً تجارياً، وأن المشرع العراقي والمصري وضعاً شرطاً لذلك إذ تعد ممارسة الاعلانات وفقاً للتشريع العراقي عملاً تجارياً إذا كانت بقصد تحقيق الربح استناداً للمادة (خامساً/ح) من قانون التجارة العراقي في حين أنها تعد أعمالاً تجارية على وفق التشريع المصري إذا مورست على وجه الاحتراف استناداً للفقرة (الخامسة) من المادة من قانون التجارة المصري ، أما على وفق التشريع الجزائري فالاعلانات تُعد أعمالاً تجارية اي كان هدفها على وفق المادة (٣) من القانون التجاري الجزائري.

٤- إن الاستعمال العرفي لمصطلح الاعلانات يختلف عن الاستعمال القانوني حيث يوجد خلط بينها وبين الدعاية والاعلام والترويج ، على الرغم من وجود العديد من الاختلاف بينهما وهذا الاختلاف يمتد ليشمل الاختلاف بين المسؤولية الجزائية لمرتكب أي منها .

٥- هنالك ضوابط شكلية واخرى موضوعية للاعلانات وقد وردت تلك الضوابط في قوانين مختلفة، فالبعض منها جاء في قوانين العقوبات وبعضهم الآخر جاء في قوانين الاعلانات أو القوانين الخاصة بحماية المستهلك أو قوانين الطرق وذلك حسب نوع الاعلان، على أن تصنيف تلك الضوابط إلى شكلية وموضوعية هو تصنيف فقهي وليس تشريعياً فيما اقتصرت التشريعات على النص على تلك الضوابط وتحديد المسؤولية الجزائية لمن يخالفها.

٦- لم تُعرّف التشريعات الجزائية محل المقارنة مصطلح المسؤولية الجزائية الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات سواء في قوانين العقوبات أم في التشريعات الخاصة، وأكتفت بمعالجة الأحكام العامة لتلك المسؤولية، وكذلك القضاء والفقهاء فلم يعرفوا المسؤولية الجزائية الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات وقد اقترحنا تعريف لهذه المسؤولية بأنها (الالتزام بتحمل كل ما يترتب على توافر أركان الجريمة من نتائج قانونية، وموضوع هذا الالتزام يتمثل بالعقوبة أو التدبير الاحترازي الذي يفرضه القانون على المسؤول عن الجريمة).

٧- بينت الدراسة أن العقوبات المقررة للجرائم الناشئة عن مخالفة ضوابط الاعلانات هي عقوبات خفيفة قياساً بالعقوبات المقررة في القوانين العقابية وهي لا تتناسب من حيث مدتها مع ما تحظى به الاعلانات من أهمية في الوقت الحاضر وتأثيرها على الأفراد، فغالبية تلك الجرائم من وصف المخالفات أو الجنح.

٨- أن مسؤولية المعلن أو مكتب الاعلانات أو أداة الاعلان قد تكون مسؤولية مباشرة بين النشاط الاجرامي والنتيجة القانونية للجريمة، وقد تكون مسؤولية غير مباشرة بحيث يرتكب الجريمة شخص ويتحمل المسؤولية الناشئة عنها شخص آخر كالمسؤولية الجزائية عن فعل الغير ومسؤولية الشخص المعنوي أو الاعتباري.

٩- إن السمة الغالبة لممارسة الاعلانات غير الحكومية تكون على شكل عقود رضائية تنشأ بمجرد الاتفاق عليها ولا حاجة إلى شكليات محددة قانوناً لممارستها ولم تحدد القوانين كيفية إبرام تلك العقود ولا آلية التعاقد أما الاعلانات الحكومية فإن القوانين الخاصة حددت آلية ممارسة تلك الاعلانات، وهي تمارس بوسائل وأساليب مختلفة وأن أغلب ما يطلق

عليها اعلانات حكومية هي في الواقع قرارات ادارية أو إعمامات أو توجيهات سار عليها العمل الإداري لبعض المؤسسات على إطلاق تسمية اعلانات عليها .

١٠- أوضحت لنا الدراسة أن الاعلانات المحلية خارج العراق والاعلانات الخارجية داخل العراق كانت تمارس من قبل الدار الوطنية للنشر والتوزيع والاعلان العراقية وبعد الغاء الدار لم ينص القانون على الجهة التي تتولى ممارسة تلك الاعلانات إذ إن قانون الالغاء نص على تأسيس الشركة الوطنية للتوزيع والنشر لتكون بديلاً عنها إلا أنه سلب الصلاحيات من تلك الشركة .

١١- إن تحديد ما يعلن عنه كونه مخرلاً بالحياء أو الآداب العامة من عدمه من الامور النسبية التي تختلف من بلد لآخر فما يعد مخرلاً بالحياء أو الآداب في مكان معين لا يعد كذلك في مكان آخر .

ثانياً - المقترحات:

١- نقتراح على المشرع العراقي إصدار قانون خاص بتنظيم الاعلانات يتضمن معالجة تشريعية واضحة وشاملة من خلال جمع النصوص التشريعية كافة التي تتصل بمخالفة ضوابط الاعلانات بقانون موحد بدلاً من قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان الخاص بتنظيم مكاتب الاعلانات وأن يكون هذا القانون منظماً لأنواع الاعلانات ووسائلها كافة ويضع الضوابط بشكل صريح ويتضمن آلية فرض الرسوم والجزاءات بحق من يخالفها .

٢- نقتراح على المشرع العراقي إضافة فقرة بالرقم (٥) إلى المادة (١) من قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان بعنوان الجهاز المركزي لتنظيم الاعلانات في العراق ويُعرّف بأنه (جهاز تابع الى وزارة الثقافة له شخصية معنوية يتولى تحديد الأسس والمعايير والقواعد والرسوم المنظمة للاعلانات في العراق ويمارس عمله من خلال مكاتب تنظيم الاعلانات المنتشرة في كافة المحافظات).

٣- نقتراح على المشرع العراقي إلى إضافة فقرة بالرقم (٦) إلى المادة (١) من قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان بعنوان مكاتب تنظيم الاعلانات وتعرّف بأنها (مكاتب تابعة

للجهاز المركزي لتنظيم الاعلانات في العراق تتولى منح الإذن بوضع الاعلانات والترخيص بممارستها ومراقبتها ضمن الحدود الادارية للمحافظة)

٤- إن يتم الغاء المادة (٥) من قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان العراقي التي تنص على حصر كافة أعمال الاعلان خارج العراق بجميع انواعها بوزارة الثقافة وذلك بسبب من إلغاء الدار الوطنية للنشر للتوزيع والاعلام العراقي التابعة لوزارة الثقافة التي كانت تتولى الاعلانات خارج العراق بموجب قرار مجلس قيادة الثورة المنحل رقم ٢٩٤ لسنة ١٩٩١ .

٥- نقترح على المشرع العراقي استثناء الاعلانات الحكومية من ضوابط الاعلان النصوص عليها في قانون مكاتب الدعاية والنشر والاعلان ، فالأصل في الاعلانات الحكومية أنها تخضع للقوانين الخاصة في الوزارات أو المؤسسات كما أنها عادة ما تكون مجانية سوى الاعلانات التجارية منها .

٦- نقترح تعديل الفقرة (أولاً) من المادة (٩) من قانون حماية المستهلك العراقي رقم (١) لسنة ٢٠١٠ بأن يتم حذف عبارة التضليل والتدليس واخفاء حقيقة المواد والابقاء على مفردة الغش فحسب وأن يصبح النص كالآتي "يحظر على المجهز والمعلن ما يأتي:- أولاً : ممارسة الغش في السلع والخدمات كافة" إذ إن مفردة الغش تشمل جميع الصور التي اوردها النص.

٧- نقترح على المشرع العراقي تشديد العقوبة المقررة لجرائم مخالفة ضوابط الاعلانات ليتحقق الردع العام والخاص خصوصاً وأن المعروف عن عقوبة الغرامة أنها لا تؤدي هذا الغرض من العقاب لما تحمله هذه الجرائم من مخاطر كبيرة على حياة الأفراد، والأكثر فاعلية هو أن تكون العقوبة جنائية قائماً على سلب حرية الشخص مدة معينة او ان يتم الاخذ بالغرامة النسبية التي تتسجم مع هذه الجريمة .

وأخيراً أدعو الله تعالى أن أكون وفقته في هذا الجهد المتواضع ، فإن فعلت فتلك نعمة من الله تعالى، وإن لم أفعل فعذري أني بشر يخطئ أكثر مما يصيب والحمد لله رب العالمين..

الباحث

المصادر

القران الكريم

اولا : المصادر باللغة العربية

أ . معاجم اللغة

١. ابراهيم مصطفى واحمد الزيات و حامد عبد القادر ومحمد النجار ، المعجم الوسيط ، ط٣ ، تحقيق مجمع اللغة العربية ، دار الدعوة ، القاهرة ، ١٩٩٨ .
٢. احمد بن فارس بن زكرياء القزويني الرازي ، معجم مقاييس اللغة ، تحقيق عبد السلام محمد هارون ، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع ، سوريا ، ١٩٧٩ .
٣. د. احمد مختار الصحاح ، اللغة العربية المعاصرة ، ط١ ، المجلد ٣ ، عالم الكتب ، القاهرة ، ٢٠٠٨ .
٤. امير العزب، قاموس المصطلحات والتعبيرات ، القانونية - السياسية - الدبلوماسية ، ط١ ، دار الفكر والقانون ، المنصورة ، ٢٠١٠ .
٥. اوديت الياس اسكندر و شعبان عبد العاطي عطية ومحسن احمد عبد الرحمن ، معجم القانون ، الهيئة العامة لشؤون المطابع الاميرية ، القاهرة ، ١٩٩٩ .
٦. حارث سليمان الفاروقي ، المعجم القانوني ، ط٣ ، ج١ ، مطابع تيبو برس ، بيروت ، لبنان ، ١٩٩١ .
٧. د. روجي البعلبكي ، المورد ، ط٧ ، دار العلم للملايين ، بيروت - لبنان ، ١٩٩٥ .
٨. شوقي ضيف ، معجم القانون ، الهيئة العامة لشؤون المطابع الاميرية ، القاهرة ، ١٩٩٩ .
٩. د. عبد الواحد كرم ، معجم مصطلحات الشريعة والقانون ، ط٢ ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، ٢٠١٩ .

١٠. مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز ابادي ، القاموس المحيط ، تحقيق مكتب تحقيق التراث في مؤسسة الرسالة ، ط٦ ، مؤسسة الرسالة ، بيروت ، ٢٠٠٥ .
١١. محمد بن أبي بكر الرازي ، مختار الصحاح ، ط١ ، دار الكتاب العربي، بيروت، لبنان ، ١٩٧٩ .
١٢. محمد بن أبي بكر الرازي ، مختار الصحاح ، دار إحياء التراث، مؤسسة التاريخ العربي، بيروت، لبنان، ط٤، ٢٠٠٥.
١٣. محمد بن مكرم بن علي أبو الفضل جمال الدين ابن منظور، لسان العرب ، حققه وعلق عليه عامر احمد حيدر وعبد المنعم خليل ، دار الكتب العلمية ، بيروت، ١٩٧١ .

ب . الكتب

١. د. ابراهيم محمد ابراهيم ، علاقة السببية في قانون العقوبات ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ٢٠٠٧ .
٢. د. أبي سعيد الديوجي ، ادارة التسويق ، دار الكتب للطباعة والنشر ، الموصل ، ١٩٧٨ .
٣. د. أحمد ابراهيم عطية ، النظام القانوني للاعلانات في القانون المدني ، دار النهضة العربية، القاهرة ، ٢٠٠٦ .
٤. د. أحمد السعيد الزقرد ، الحماية المدنية من الدعاية التجارية الكاذبة والمضللة ، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية ، ٢٠٠٧ .
٥. أحمد امين بيك ، شرح قانون العقوبات الاهلي، ط٣ ، مجلد ١ ، الدار العربية للموسوعات، بيروت، ١٩٨٢ .
٦. د. أحمد حسام طه تمام ، تعريض الغير للخطر في القانون الجنائي ، دار النهضة العربية، القاهرة ، ٢٠٠٤ .

٧. د. أحمد شوقي عمر، شرح الأحكام العامة لقانون العقوبات ، دار النهضة العربية ، القاهرة، ٢٠٠٧.
٨. أحمد عبد الرحمن توفيق ، محاضرات في الاحكام العامة لقانون العقوبات ، ج١، دار وائل للنشر ، عمان ، ٢٠٠٦.
٩. د. أحمد فتحي سرور ، الوسيط في قانون العقوبات القسم العام ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٨١.
١٠. د. أحمد كمال الدين موسى ، الحماية القانونية للمستهلك في المملكة العربية السعودية ، معهد الإدارة العامة ، الرياض، ١٩٨١.
١١. إسماعيل علي سعد، الرأي العام والايديولوجية ، دار المعرفة الجامعية ، القاهرة، ١٩٩١.
١٢. اسماء احمد الرشيد، الاتجار بالبشر وتطوره التاريخي، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٩.
١٣. د. أكرم ياملكي ، العقود التجارية وفقا لأحكام قانون التجارة الجديد رقم ١٤٩ لسنة ١٩٧٠ - عقد النقل - ، بدون مطبعة ، بغداد، ١٩٧٢.
١٤. د. أكرم نشأت ابراهيم ، الاحكام العامة في قانون العقوبات العراقي ، منشورات المكتبة الاهلية ، مطبعة اسعد ، بغداد، ١٩٦٢.
١٥. د. أكرم نشأت ابراهيم ، القواعد العامة في قانون العقوبات المقارن ، ط١، مطبعة الفتیان، بغداد ، ١٩٩٨.
١٦. د. امانح رحيم احمد، حماية المستهلك في نطاق العقد، ط١، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، بيروت، لبنان، ٢٠١٠.
١٧. امير زهير عبد الامير، حماية المستهلك من اضرار الدعاية الكاذبة دراسة مقارنة ، دار الجامعة الجديدة ، الاسكندرية ، ٢٠١٩.

١٨. انطوان الناشف ، الاعلانات والعلامات التجارية بين القانون والاجتهاد، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، ١٩٩٩ .
١٩. د. اياد حسين عباس العزاوي ، جريمة الاحتيال في القانون العراقي دراسة مقارنة، مكتبة الصباح للدعاية والنشر ، مطبعة عصام ، بغداد ، ١٩٨٨ .
٢٠. ايهاب عبد المطلب ، الموسوعة الجنائية الحديثة في شرح قانون العقوبات ، مجلد ٢، نادي القضاة ، مصر ، ٢٠١٠ .
٢١. د. بتول صراوة عبادي ، التضليل الاعلاني واثره على المستهلك، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ٢٠١١ .
٢٢. د. بشير عباس العلق و د. قحطان العبدلي ، ادارة التسويق ، الناشر دار زهران ، عمان ، الاردن ، ١٩٩٩ .
٢٣. بهاء المري ، جرائم النشر الصحفي و الالكترونى ، منشأة المعارف ، الاسكندرية ، ٢٠١٧ .
٢٤. د. ثروت عبد الحميد ، الاضرار الصحية الناشئة عن الغذاء الفاسد او الملوث - وسائل الحماية منها ومشكلات التعويض عنها - ، دار الجامعة الجديدة ، الاسكندرية ، ٢٠٠٧ .
٢٥. د. جعفر الفضلي ، الوجيز في العقود المدنية ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان، ١٩٩٧ .
٢٦. د. جلال ثروت ، قانون العقوبات القسم العام، الدار الجامعية، بيروت ، ١٩٩٠ .
٢٧. د. جمال الدين العطيفي ، حرية الصحافة وفق تشريعات جمهورية مصر العربية ، ط ٢ ، مطبعة الاهرام التجارية ، ١٩٧٤ .
٢٨. د. جميل عبد الباقي الصغير، الإنترنت والقانون الجنائي- الاحكام الموضوعية للجرائم المتعلقة بالإنترنت - ، دار النهضة العربية، القاهرة ، ٢٠٠٢ .
٢٩. جواد الغماري ، جرائم الغش في البضائع ، ط ١، شركة الطبع والنشر، الدار البيضاء ، الرباط ، ١٩٨٨ .

٣٠. د. حسام عبد المجيد يوسف جادو ، المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية دراسة مقارنة، دار الفكر الجامعي ، الاسكندرية ، ٢٠١٩.
٣١. د. حسن احمد الجندي ، الحماية الجنائية للمستهلك ، ط١، دار النهضة العربية ، القاهرة، ١٩٨٦.
٣٢. د. حسن صادق المرصفاوي ، قواعد المسؤولية الجنائية في التشريعات العربية ، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، ١٩٧٢.
٣٣. د. حسن صادق المرصفاوي ، المرصفاوي في قانون العقوبات الخاص، منشأة المعارف، الاسكندرية ، ١٩٧٨.
٣٤. د. حسن عبد الباسط جمعي ، حماية المستهلك ، الحماية الخاصة لرضاء المستهلك في عقود الاستهلاك ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٩٦.
٣٥. د. حسن محمد خير الدين ، الاصول العلمية للاعلان ، دار وهدان للطباعة والنشر، القاهرة ، ١٩٧٦ .
٣٦. د. حسني احمد الجندي ، قانون قمع الغش والتدليس في دولة الامارات العربية المتحدة ، ط١ ، دار النهضة العربية ، ٢٠٠٩.
٣٧. د. حسني أحمد الجندي، قوانين قمع التدليس والغش -الحماية الجنائية للمستهلك-، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٨٦.
٣٨. د. حسنين شفيق ، الاعلام الجديد والجرائم الالكترونية ، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع ، مصر ، ٢٠١٥.
٣٩. د. حسين عبد الله ابو ركة ، الاعلان ، دار الشروق ، جدة ، ١٩٧٨.
٤٠. د. حماد مصطفى عزب، الجوانب القانونية للإعلان عن المنتجات والخدمات عبر الانترنت دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة ، ٢٠٠٣.
٤١. د. حميد السعدي ، جرائم الاعتداء على الاموال، مطبعة المعارف ، بغداد، ١٩٦٧.

٤٢. د. حميد السعدي ، شرح قانون العقوبات الجديد في الاحكام العامة ، الجريمة والعقاب والمسؤولية الجنائية، ج٢، ط١، دار الحرية للطباعة ، بغداد ، ١٩٧٦.
٤٣. حيدر ابراهيم المصّدر، الدعاية على الشبكات الاجتماعية قراءة في ادوات السيطرة والتضليل، مركز الدراسات الاقليمية، فلسطين ، ٢٠٢٠.
٤٤. د. خالد مصطفى فهمي، الضوابط القانونية والاخلاقية للإعلان، بين النظرية والتطبيق، دار الجامعة الجديدة، ٢٠٠٧.
٤٥. خليفة النحروبي، العقود المسماة ، منشورات مجمع الاطرش للكتاب ، تونس ، ٢٠١٣ .
٤٦. د. خليل صابات ، الصحافة مهنة ورسالة ، دار المعارف ، القاهرة، ١٩٧٧.
٤٧. داود الباز، حق المشاركة في الحياة السياسية، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٢.
٤٨. د. رياض شمس ، حرية الرأي وجرائم الصحافة والنشر ، ج١، مطبعة دار الكتب المصرية، القاهرة ، ١٩٧٤.
٤٩. د. رمسيس بهنام، الجريمة والمجرم في الواقع الكوني، منشأة المعارف، الإسكندرية، ١٩٩٥.
٥٠. د. رمسيس بهنام ، النظرية العامة للقانون الجنائي ، ط٣، منشأة المعارف ، الاسكندرية ، ١٩٩٧ .
٥١. د. رؤوف عبيد ، مبادئ القسم العام من التشريع العقابي المصري ، مكتبة كلية التجارة ، ط٢، ١٩٦٤، ص ٥٠٤.
٥٢. د. رؤوف عبيد ، السببية في القانوني الجنائي دراسة تحليلية مقارنة ، ط٣، دار الفكر العربي ، القاهرة، ١٩٧٤.

٥٣. رؤوف عبيد ، مبادئ القسم العام ، التشريع العقابي ، ط٤ ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٧٩ .

٥٤. د. سامي الصمادي ، دور الدعاية في الاعلان التجاري دراسة مسحية لاتجاهات المستهلك الاردني ، جامعة الدول العربية ، الملتقى العربي الثاني بعنوان التسويق في الوطن العربي الفرص والتحديات، الدوحة ، ٢٠٠٣ .

٥٥. د. سامي عبد الكريم محمود، الجزاء الجنائي ، ط١، منشورات الحلبي، بيروت ، ٢٠١٠.

٥٦. د. سعد علي ربحان المحمدي، استراتيجية الاعلان، دار الدكتور للعلوم الادارية والاقتصادية، بغداد، ٢٠١٢.

٥٧. د. سعيد عبد اللطيف حسن ، الحماية الجنائية للعرض في الفقه الإسلامي والقانون الوضعي ، دار النهضة العربية ، القاهرة، ٢٠٠٤.

٥٨. د. سلطان عبد القادر الشاوي و د . محمد عبد الله الوريكات ، المبادئ العامة في قانون العقوبات ، ط١، دار وائل ، عمان ، ٢٠١١.

٥٩. د. سليمان عبد المنعم ، مسؤولية المصرف الجنائية عن الاموال غير النظيفة ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الاسكندرية ، ١٩٩٩.

٦٠. د. سليمان عبد المنعم، النظرية العامة لقانون العقوبات، دراسة مقارنة، ط١، منشورات الحلبي ، لبنان، ٢٠٠٣.

٦١. د. سليمان مرقس ، شرح القانون المدني، ج١، في مصادر الالتزام ، المطبعة العالمية، القاهرة، ١٩٦٤.

٦٢. د. سمير عبد الرزاق العبدلي ، الترويج والاعلان ، دار الكتب للطباعة والنشر ، الموصل ، ١٩٩٣.

٦٣. د. سميحة القليوبي ، الملكية الصناعية ، دار النهضة العربية ، الطبعة الخامسة ،
٢٠٠٥.
٦٤. د. سوسن سعيد شذى ، جرائم الغش التجاري ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ٢٠١٠.
٦٥. د. السيد محمد السيد عمران، حماية المستهلك اثناء تكوين العقد، منشأه المعارف
الاسكندرية ، ١٩٨٦.
٦٦. د. شريف سيد كامل ، جرائم الصحافة في القانون المصري ، ط٢، دار النهضة العربية ،
القاهرة ، ١٩٧٧.
٦٧. د. شريف محمد غنام، التنظيم القانوني للاعلانات التجارية عبر الانترنت ، دار الجامعة
الجديدة ، الاسكندرية ، ٢٠١١.
٦٨. د. شمس الدين الوكيل ، دروس في القانون ، دراسات في القاعده القانونية والنظرية
العامة للحق لطلاب كلية التجارة ، ط ١، منشأة المعارف ، الإسكندرية ، ١٩٦٦ .
٦٩. د. شيرزاد عزيز سليمان ، عقد الاعلان في القانون ، ط١، دار دجلة ، الاردن ، ٢٠٠٨.
٧٠. د. صالح مصطفى ، الجرائم الخلقية دراسة تحليلية ، دار المعارف الإسكندرية، ١٩٦٣.
٧١. صلاح الدين الناهي، الوجيز في الحقوق العينية الاصلية، ج١، بغداد، بدون
مطبعة، ١٩٦١.
٧٢. د. صفوت العالم، مقدمة في الاعلان، ط١، الدار العربية للنشر، القاهرة، ٢٠٠٨.
٧٣. د. صفوت العالم ، الشعارات والرموز الانتخابية ، ط ١ ، مطابع كلية الاعلام ، جامعة
القاهرة ، ١٩٨٩.
٧٤. د. ضاري خليل محمود ، الوجيز في شرح قانون العقوبات القسم العام، دار القادسية
للطباعة ، بغداد، ١٩٨٢.

٧٥. د. طلعت الزهيري ، الاعلان بين العلم والتطبيق ، دار المعارف ، القاهرة ، ١٩٧٥ .
٧٦. د. عايد رجا الخاليلة ، المسؤولية التقصيرية الالكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان ٢٠٠٨ .
٧٧. د. عباس الحسيني و عامر جواد علي المبارك ، قانون العقوبات القسم العام ، مطبعة المعارف ، بغداد، ١٩٦٨ .
٧٨. د. عباس الحسني ، شرح قانون العقوبات العراقي الجديد ، مج ١-٢ ، مطبعة الارشاد ، بغداد ، ١٩٧٢ .
٧٩. د. عبد الباسط سيف محمد الحكيمي ، النظرية العامة للجرائم ذات الخطر العام ، ط١ ، دار الثقافة ، عمان، ٢٠٠٠ .
٨٠. د. عبد الجبار منديل ، الاعلان بين النظرية والتطبيق ، مطبعة الارشاد ، بغداد ، ١٩٨٣ .
٨١. د. عبد الحميد الشواربي ، جرائم الغش والتدليس ، دار الفكر الجامعي ، الاسكندرية، ١٩٨٩ .
٨٢. د. عبد الحميد الشواربي، الجرائم السياسية وأوامر الاعتقال وقانون الطوارئ، منشأة المعارف، الإسكندرية، ١٩٩٩ .
٨٣. د. عبد الحميد الشواربي ، التعليق الموضوعي على قانون العقوبات -الاحكام العامة لقانون العقوبات في ضوء الفقه والقضاء- ، منشأة المعارف ، الاسكندرية ، ٢٠٠٣ .
٨٤. عبد الحميد المنشاوي ، الجرائم التعبيرية -جرائم الصحافة والنشر - وجرائم القذف والسب والبلاغ الكاذب - افشاء الاسرار - شهادة الزور - قانون حماية المؤلف - الرقابة على المصنفات الفنية في ضوء القضاء والفقه ، منشأة المعارف ، الاسكندرية، مصر ، ٢٠٠٤ .

٨٥. عبد الرحيم صدقي ، جرائم الرأي والاعلام في التشريعات الاعلامية وقانوني العقوبات والاجراءات الجزائية دراسة تحليلية ، مطبعة جامعة القاهرة والكتاب الجامعي ، القاهرة ، ١٩٨٨ .
٨٦. د. عبد الرزاق السنهوري، الوجيز في شرح القانون المدني نظرية الالتزام بوجه عام، ج١، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٦٦ .
٨٧. د. عبد الرزاق السنهوري، اصول القانون، مطبعة لجنة التأليف والترجمة والنشر، القاهرة، ١٩٨٣ .
٨٨. د. عبد الرزاق حسن فرج، الإجازة في التصرفات القانونية، دراسة مقارنة في القانون المدني والشريعة الإسلامية ، مطبعة الفجر الجديد، القاهرة، ١٩٨٣ .
٨٩. د. عبد العزيز عامر ، شرح الاحكام العامة للجريمة ، منشورات جامعة فارينوس، بنغازي، ١٩٧٤ .
٩٠. د. عبد العظيم مرسي وزير ، الشروط المفترضة في الجريمة ، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٨٣ .
٩١. د. عبد العظيم مرسي وزير ، شرح قانون العقوبات القسم الخاص جرائم الاعتداء على الاموال ، دار النهضة العربية، القاهرة ، ١٩٩٣ .
٩٢. د. عبد العظيم مرسي وزير ، شرح قانون العقوبات القسم العام، ج١، ط٧، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٩ .
٩٣. د. عبد العلمي عبد الواحد ، شرح القانون الجنائي المغربي القسم العام – دراسة في المبادئ العامة في الجريمة والمجرم والعقوبة والتدبير الوقائي ، بدون مكان طبع ، ٢٠٠٧ .

٩٤. د. عبد الفتاح بيومي حجازي ، حماية المستهلك عبر شبكة الأنترنت ، ط١، دار الفكر الجامعي ، الاسكندرية ، ٢٠٠٦.
٩٥. د. عبد الفتاح بيومي حجازي ، مقدمة في حقوق الملكية الفكرية وحماية المستهلك في عقود التجارة الالكترونية ، دار الفكر الجامعي ، الاسكندرية ، ٢٠٠٥.
٩٦. د. عبد الفتاح بيومي حجازي، حقوق المؤلف في القانون المقارن، ط١، منشأة المعارف، الاسكندرية، ٢٠٠٩.
٩٧. د. عبد الفتاح عبد الرزاق محمود ، الاعلان عن دولة دراسة تأصيلية و تحليلية ، مطابع شتات ، مصر ، القاهرة ، ٢٠٠٩.
٩٨. د. عبد الفضيل محمد أحمد ، الإعلان عن المنتجات والخدمات من الوجهة القانونية، ط١ ، مكتبة الجلاء الجديدة ، المنصورة ، ١٩٩١.
٩٩. عبد الله ديب عبد الله ، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني دراسة مقارنة، ط١، دار الثقافة للنشر، ٢٠١٢.
١٠٠. د. عبد المنعم فرج الصد ، حق الملكية ، ط٢ ، مطبعة مصطفى الحلبي ، القاهرة، ١٩٦٧.
١٠١. عبد الوهاب بدره ، الجرائم المنافية للأخلاق والآداب ، ط١، الموزع ادموند حايل ، حلب ، ١٩٩٩.
١٠٢. د. عبدالجبار منديل، الاعلان بين النظرية والتطبيق، مطبعة الارشاد للنشر، بغداد، ١٩٨٢.
١٠٣. د. عدنان الخطيب ، الوجيز في شرح المبادئ العامة في قانون العقوبات، مطبعة الجامعة السورية، دمشق، ١٩٥٦.

١٠٤. د. علاء ابو الحسن اسماعيل العلاق و فائزة غني ناصر و مصطفى جاسم محمد ، الملكية الفكرية مصدر الابداع والابتكار، ط٢، مطابع المركز الوطني لحماية حق المؤلف والحقوق المجاورة، بغداد ، ٢٠١٤.
١٠٥. د. علاء زكي ، المسؤولية الجنائية عن فعل الغير ، ط١ ، مكتبة الوفاء القانونية، الاسكندرية ، ٢٠١٣ .
١٠٦. علي احمد خضر المعماري و احمد عبد العزيز الهسنياني ، دراسات في علم الاجرام ، دار غيداء للنشر والتوزيع ، عمان ، ٢٠١٢.
١٠٧. د. علي السلمى ، الاعلان ، ط٣، دار المعارف ، القاهرة ، ١٩٧١.
١٠٨. د. علي جريشة ، نحو اعلام اسلامي ، مكتبة وهبة ، ط١ ، القاهرة ، ١٩٨٩ .
١٠٩. د. علي عبد القادر القهوجي ، شرح قانون العقوبات القسم العام – نظرية الجريمة، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، ٢٠١١.
١١٠. د. عمر السعيد رمضان ، شرح قانون العقوبات القسم العام ، دار النهضة العربية، القاهرة، بلا سنة طبع.
١١١. عمر سالم ، نحو قانون جنائي للصحافة ، ط١ ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، مصر ، ١٩٩٥ .
١١٢. د. عمر محمد عبد الباقي ، الحماية العقدية للمستهلك ، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون ، منشأة المعارف ، الاسكندرية ، ٢٠٠٤ .
١١٣. د. عوض محمد عوض ، قانون العقوبات القسم العام ، دار المطبوعات الجامعية ، الاسكندرية ، ١٩٩٨.
١١٤. غانم فنجان موسى ومحمد عبد حسين ، إدارة المشتريات ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان ، ٢٠٠٨.

١١٥. د. غسان رباح ، قانون حماية المستهلك الجديد ، منشورات زين الحقوقية ، بيروت ، ٢٠٠٦ .
١١٦. د. غني حسون طه، الوجيز في النظرية العامة للالتزام، الكتاب الأول في مصادر الالتزام، مطبعة المعارف، بغداد، ١٩٧١.
١١٧. فارس عبدالله الجنابي ، أساسيات التسويق ، مطبعة الفرخ ، بغداد ، ٢٠٠٦.
١١٨. د. فتوح عبد الله الشاذلي ، قانون العقوبات المصري القسم العام ، ابو العزم ، الاسكندرية ، ٢٠٠٨.
١١٩. د. فخري عبد الرزاق الحديثي ، قانون العقوبات الجرائم الاقتصادية ، مطبعة التعليم العالي، بغداد، ١٩٨٧.
١٢٠. د. فخري عبد الرزاق الحديثي ، شرح قانون العقوبات ، القسم العام ، مطبعة الزمان ، بغداد، ١٩٩٢.
١٢١. د. فخري عبد الرزاق الحديثي ود. خالد حميدي ، الموسوعة الجنائية شرح قانون العقوبات القسم الخاص ، ج٣ ، ط١، دار الثقافة ، عمان، ٢٠٠٩.
١٢٢. د. فريد حاتم الشحف ، الدعاية والتضليل الاعلامي ، ط١ ، منشورات دار علاء الدين، دمشق ، ٢٠١٥.
١٢٣. د. فيصل محمد ابو ريشة، الدعاية والاعلام، ط١، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١١.
١٢٤. كاظم عبد جاسم الزبيدي ، المسؤولية الجزائية عن جرائم النشر والاعلام في القانون العراقي ، ط١، مكتبة صباح ، بغداد، ٢٠١٦.

١٢٥. ليث عزيز ضباب ، الحماية المدنية للمستهلك من الاعلان التجاري الالكتروني
المضلل، ط١، مكتبة القانون المقارن ، بغداد، ٢٠٢٠.
١٢٦. د. ماجد راغب الحلو ، حرية الاعلام والقانون ، منشأة المعارف ، الاسكندرية ،
٢٠٠٦.
١٢٧. د. مأمون محمد سلامة ، قانون العقوبات القسم العام ، دار الفكر العربي ، القاهرة،
١٩٧٩.
١٢٨. د. مأمون محمد سلامه، الفكر الفلسفي وأثره في التجريم والعقاب، دار النهضة العربية،
القاهرة، ١٩٩٧.
١٢٩. د. ماهر عبد شويش الدرة ، الاحكام العامة في قانون العقوبات ، دار الحكمة للطباعة
والنشر ، الموصل ، ١٩٩٠.
١٣٠. د. مجدي محمود محب حافظ ، موسوعة الجرائم المخلة بالأداب العامة وجرائم
العرض ، ج ١ ، ط ٢ ، دار العدالة ، القاهرة ، ٢٠٠٧.
١٣١. محسن ناجي، الاحكام العامة في قانون العقوبات، ط ١ ، مطبعة العاني ، بغداد،
١٩٧٤.
١٣٢. د. محمد الامين ابو هجار ، الاعلانات الصحفية والمسؤولية الجنائية ، ط ١، الهيئة
المصرية العامة للكتاب ، القاهرة، ٢٠١١.
١٣٣. د. محمد السيد عمران ، حماية المستهلك اثناء تكوين العقد دراسة مقارنة ، منشأة
المعارف ، الاسكندرية ، ١٩٨٦.
١٣٤. د. محمد الشناوي ، جرائم النصب المستحدثة ، دار الكتب المصرية ، القاهرة ، مصر ،
٢٠٠٨.

١٣٥. محمد امين الشوابكة ، جرائم الحاسوب والإنترنت الجريمة المعلوماتية ، ط ١ ، الاصدار الثالث ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٩ .
١٣٦. د. محمد جبر الألفي، الفضالة دراسة موازنة في الفقه الإسلامي وقوانين بلدان الشرق الأوسط، ط١، مطبعة دار الثقافة، الأردن، ١٩٩٩.
١٣٧. د. محمد زكي أبو عامر ، قانون العقوبات القسم العام ، دار المطبوعات الجامعية ، الاسكندرية ، ١٩٨٦.
١٣٨. د. محمد سعيد النمر ، شرح قانون العقوبات القسم الخاص ، الجرائم الواقعة على الاشخاص ، ج١، ط١، دار الثقافة، عمان ، ٢٠١١.
١٣٩. د. محمد شلال حبيب، الخطورة الاجرامية دراسة مقارنة، ط١، دار الرسالة للطباعة، بغداد، ١٩٨٠ .
١٤٠. د. محمد صبحي نجم ، قانون العقوبات القسم العام ، النظرية العامة للجريمة ، ط٣، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان، الاردن، ٢٠١٤ .
١٤١. د. محمد عبد الشافي اسماعيل، الاعلانات التجارية الخادعة ومدى الحماية التي يكفلها المشرع الجنائي للمستهلك، ط١، دار النهضة العربية، القاهرة ، ١٩٩٩.
١٤٢. د. محمد عبد الفتاح الصيرفي ، الاعلان - انواعه - مبادئه - وطرق اعداده، ط١، دار المناهج للنشر والتوزيع ، عمان ، ٢٠١٣.
١٤٣. د. محمد عبد الله عبد الرحيم ، التسويق المعاصر، مطبعة جامعة القاهرة ، القاهرة ، ١٩٨٨.
١٤٤. د. محمد علي السالم عياد الحلبي، شرح قانون العقوبات القسم العام ، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، ١٩٩٧.

١٤٥. د. محمد علي سويلم ، الاسناد في المواد الجزائية ، منشأة المعارف ، الاسكندرية ، ٢٠٠٧.
١٤٦. د. محمد علي شهاب ، إدارة الإعلان ، ط١، دار الفكر العربي ، القاهرة ، ١٩٧٦.
١٤٧. د. محمد علي عرفه، مبادئ العلوم القانونية، مكتبة عبد الله وهبة، القاهرة، ١٩٤٢.
١٤٨. محمد عيد الغريب ، شرح قانون العقوبات القسم العام ، النظرية العامة للجريمة والنظرية العامة للعقوبة والتدابير الاحترازية، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ٢٠٠٠.
١٤٩. محمد كمال القاضي ، الاعلان والاعلام دراسة بينية ، بدون مطبعة ، القاهرة، ٢٠٠٢ .
١٥٠. د. محمد السروي ، الغش في المعاملات المدنية ، دار المطبوعات الجامعية ، الاسكندرية ، ٢٠٠٤.
١٥١. د. محمد مصطفى القللي ، في المسؤولية الجنائية ، مطبعة جامعة فؤاد الاول ، القاهرة ، ١٩٤٨.
١٥٢. د. محمد منصور احمد ، جريمة الغش ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٤٩.
١٥٣. محمود أبراهيم اسماعيل ، شرح الأحكام العامة في قانون العقوبات، ط٢ ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، ١٩٥٩.
١٥٤. د. محمود داوود يعقوب ، المسؤولية في القانون الجنائي الاقتصادي دراسة مقارنة، ط١، الاوائل للنشر والتوزيع ، سوريا ، ٢٠٠١.
١٥٥. د. محمود عثمان الهمشري ، المسؤولية الجنائية عن فعل الغير ، ط١، دار الفكر العربي، القاهرة ، ١٩٦٩ .
١٥٦. د. محمود عساف ، اصول الاعلان ، دار الناشر العربي ، القاهرة ، ١٩٧٧.
١٥٧. د. محمود عساف ، اصول التسويق ، مطابع الهيئة المصرية للكتاب ، تابعة لوزارة الثقافة المصرية ، ١٩٧٧.

١٥٨. محمود محمد علي صبره ، اعداد وصياغة العقود الحومية بالعربية والانجليزية ، مكتب صبرة للتأليف والترجمة ، مصر ، ٢٠٠٧ .
١٥٩. د. محمود نجيب حسني ، علم العقاب ، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٦٧.
١٦٠. د. محمود نجيب حسني ، النظرية العامة للقصد الجنائي ، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٧٨ .
١٦١. د. محمود نجيب حسني ، شرح قانون العقوبات اللبناني القسم العام ، دار النهضة العربية، القاهرة ، ١٩٨٤ .
١٦٢. د. محمود نجيب حسني ، شرح قانون العقوبات القسم العام ، ط٣ ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت، ١٩٨٩ .
١٦٣. د. محمود نجيب حسني ، الفقه الجنائي الاسلامي ، كلية الحقوق ، جامعة القاهرة، ٢٠٠٦ .
١٦٤. د. محمود نجيب حسني ، علاقة السببية في قانون العقوبات، كلية الحقوق ، جامعة القاهرة، ١٩٨٣ .
١٦٥. د. محي الدين اسماعيل ، نظرية العقد مقارنة بين القوانين العربية والشريعة الاسلامية ، ط٣ ، دار النهضة العربية ، بدون سنة طبع .
١٦٦. مدحت الحسيني ، الحماية الجنائية للحياة ، دار المطبوعات الجامعية ، الاسكندرية، ١٩٨٩ .
١٦٧. د. مصطفى ابراهيم الزلمي ، المسؤولية الجنائية في الشريعة الاسلامية دراسة مقارنة بالقانون ، ج١، مطبعة اسد ، بغداد، ١٩٨٢ .

١٦٨. د. مصطفى احمد ابو عمرو ، السبب غير الصحيح بين نظريتي السبب و عيوب الارادة، دار الجامعة الجديدة ، الاسكندرية ، ٢٠١٦.
١٦٩. د. مصطفى العوجي ، القانون الجنائي العام - المسؤولية الجنائية - ج٢، ط٢، بدون مكان طبع، ١٩٩٢.
١٧٠. د. مصطفى العوجي ، القانون الجنائي ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، ٢٠٠٦.
١٧١. د. مصطفى العوجي ، القانون المدني ، ج١، العقد ، منشورات الحلبي الحقوقية ، ٢٠١٩.
١٧٢. مصطفى زهير، التسويق وادارة المبيعات ، دار النهضة العربية للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، ١٩٨٤.
١٧٣. د. مصطفى يوسف ، الحماية القانونية للمحاكمة الجنائية ، دار الكتب القانونية ، مصر، ٢٠٠٩.
١٧٤. د. معن احمد الحيارى ، الركن المادي للجريمة ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، ٢٠١٠.
١٧٥. معوض عبد التواب، الموسوعة الشاملة في الجرائم المخلة بالأداب العامة وجرائم هتك العرض ، دار المطبوعات الجامعية ، الإسكندرية ١٩٨٣.
١٧٦. د. منى الحديدي، الاعلان، ط٣، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ٢٠٠٩.
١٧٧. د. موفق حماد عبد ، الحماية المدنية للمستهلك في التجارة الالكترونية ، ط١، منشورات زين الحقوقية ، بيروت ، ٢٠١١.
١٧٨. نائل عبد الرحمن صالح ، حماية المستهلك في التشريع الاردني دراسة تحليلية مقارنة، منشورات زهران، عمان، ١٩٩١.

١٧٩. د. نبيه صالح ، النظرية العامة للقصد الجنائي ، ط ١ ، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، ٢٠٠٤ .
١٨٠. د. نظام توفيق المجالي، شرح قانون العقوبات - القسم العام ، ط ٣، دار الثقافة، عمان، ٢٠١٠ .
١٨١. د. يحيى احمد موافي ، الشخص المعنوي ومسؤولياته قانوناً ، مطبعة الاشعاع الفنية ، الاسكندرية ، ١٩٨٧ .
١٨٢. د. يسر انور علي، شرح قانون العقوبات النظرية العامة، دار الثقافة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، قطر، ١٩٩٢ .
١٨٣. يسرى خضر اسماعيل ، الاصول العلمية للاعلان ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٧٣ .
١٨٤. يعقوب يوسف الجدوع و محمد جابر الدوري ، الجرائم المخلة بالأخلاق والآداب العامة في التشريع الجنائي العراقي ، مطبعة النعمان ، النجف الاشرف ، ١٩٧٢ .

ج. الاطاريح والرسائل الجامعية

- الاطاريح

١. حيدر غازي فيصل الربيعي، الإسناد في القاعدة الجنائية دراسة مقارنة في القاعدة الجنائية الموضوعية، مقدمة الى كلية الحقوق، جامعة النهرين ، ٢٠١٥ .
٢. خالد رمضان عبد العال سلطان ، المسؤولية الجنائية عن جرائم الصحافة دراسة مقارنة ، كلية الحقوق ، جامعة حلوان ، مصر ، ٢٠٠٢ .
٣. لطيفة حميد محمد ، جرائم النشر في التشريع العراقي ، كلية القانون ، جامعة بغداد ، ١٩٩٩ .

٤. عبد الحكيم ذنون يونس ، الحماية الجنائية للحريات الفردية ، كلية الحقوق، جامعة الموصل ، ٢٠٠٣.

٥. هالة مقداد احمد الجليلي ، الاعلان دراسة قانونية مقارنة ، كلية الحقوق، جامعة الموصل، ٢٠٠٢.

٦. هدى عصمت محمد امين، الدعاية التجارية المضللة والمسؤولية المدنية الناجمة عنها دراسة مقارنة، كلية القانون ، جامعة صلاح الدين، ٢٠١٢.

- الرسائل

١. اسماعيل حسن الحميري، ضوابط العدالة في التحقيق الجنائي، كلية العلوم الاسلامية ، جامعة المدينة العالمية، ماليزيا، ٢٠١٢.

٢. باسل عبد اللطيف محمد ، المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية دراسة مقارنة، كلية القانون، جامعة بغداد ، ١٩٧٨.

٣. تركي هادي جعفر الغانمي ، المساهمة في الجريمة بوسيلة المساعدة ، كلية القانون ، جامعة بابل ، ٢٠٠٦.

٤. درابلة العمري سليم ، تنظيم المسؤولية الجنائية عن جرائم الصحافة المكتوبة ، كلية الحقوق والعلوم الادارية بن عكنون ، جامعة الجزائر ، ٢٠٠٤.

٥. سوالي احمد ، الحماية الجنائية من الدعاية التجارية الكاذبة ، كلية الحقوق ، جامعة بن عكنون ، الجزائر ، ٢٠١٥.

٦. عباس ابراهيم جمعة ، الحماية الجنائية للسياسة الاقتصادية في العراق ، كلية القانون والسياسة، جامعة البصرة ، ٢٠١٣.

٧. عبد الاله النواينه وبليدي تواتي، السلوك الاجرامي في الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الاعلام والاتصالات ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم ، الجزائر، ٢٠٢٠.
٨. عقيل عزيز عودة ، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون العراقي، كلية القانون ، جامعة بغداد ، ١٩٩٩.
٩. فايزة يخلف، دور الصورة في التوظيف الدلالي للرسالة الاعلانية ، معهد علوم الاعلام والاتصال ، جامعة الجزائر ، ١٩٩٦.
١٠. كوسة ليلي ، واقع واهمية الاعلان في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية ، كلية العلوم الاقتصادية ، جامعة منتسوري قسنطينة ، الجزائر، ٢٠٠٨.

د . البحوث

١. د. ابراهيم قاسم ثروت الوندائي ، المسؤولية الجزائية عن جرائم المطبوعات ، مجلة القضاء، نقابة المحامين العراقيين ، العدد ٢، السنة ٣، ١٩٤٤.
٢. د. احمد السعيد الزقرد ، الحماية القانونية من الخداع الاعلاني في القانون الكويتي والمقارن، دراسة في نص المادة ٥ من المشروع بقانون المقدم الى مجلس الامة الكويتي بشأن الدعاية والترويج وفي المشروع بقانون المقدم الى مجلس الامة بشأن المنافسة غير المشروعة وفي نظام مكافحة الغش التجاري السعودي الصادر بالمرسوم الملكي رقم ١١ في ١٤٠٤/٥/٢٩هـ، مجلة الحقوق ، جامعة الكويت ، المجلد ١٩ ، العدد ٤ ، ١٩٩٥.
٣. د. احمد عبد المجيد ، الحد الفاصل بين الاعلان والاعلام تداخل المستويات في الصحافة، مجلة الباحث الاعلامي ، كلية الاعلام ، جامعة بغداد، المجلد ٦، العدد ٢٣ ، ٢٠١٤.

٤. د. احمد كيلان عبد الله ، جريمة انتهاك الاخلاق باستخدام الحاسوب و الانترنت، مجلة قضايا سياسية ، كلية العلوم السياسية ، جامعة النهرين، المجلد ٣ ، العدد ١٧ ، ٢٠٠٩.
٥. د. اسراء محمد علي سالم و رفد محسن رحمن ، الاحكام الموضوعية في جريمة استيراد او صنع الالعاب المحرصة على العنف دراسة مقارنة ، مجلة المحقق الحلي للعلوم القانونية والسياسية ، كلية القانون ، جامعة بابل ، العدد ١، السنة ١٣، ٢٠٢١.
٦. د. اسراء محمد علي سالم وزينب كاظم مطلق ، المساهمة الجنائية في جريمة الشروع في تغيير دستور الدولة دراسة مقارنة ، مجلة جامعة بابل للعلوم الانسانية ، جامعة بابل ، المجلد ٢٨، العدد ٤، ٢٠٢٠.
٧. اسماعيل قاسمي ، قانون الاشهار في الجزائر ، مجلة كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر السنة ٢ ، الفوج ٢١، ٢٠٠٦.
٨. اشراق محسن الجعفري ، تأثير ترويج الخدمة في تحقيق الزيادة لمنظمات الاعمال ، مجلة العلوم الاقتصادية والادارية ، كلية الادارة والاقتصاد ،جامعة بغداد، المجلد ٢٦، العدد ١٢١، ٢٠٢٠.
٩. آمال رحمانى ، الملصقات الاعلانية وتغيير سلوك المستهلك ، مجلة المعيار ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، الجزائر ، العدد ،مجلد ٥٢، ٥٤ ، ٢٠٢١.
١٠. د. بختي ابراهيم وقعيد ابراهيم ، دور المزيج الترويجي الالكتروني في التأثير على سلوك المستهلك الجزائري ، مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية ، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي ، الجزائر ، العدد ١٠، الجزء ١، ٢٠١٧.
١١. د. بختيار صابر بايز، الحماية الوقائية للمستهلك من الإعلانات التجارية الخادعة دراسة قانونية مقارنة، مجلة كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية، كلية القانون ، جامعة كركوك، المجلد ١، العدد ٢، ٢٠١٢ .
١٢. د. جمال فاخر النكاس ، حماية المستهلك واثرها على النظرية العامة للعقد في القانون الكويتي ، مجلة الحقوق ، جامعة الكويت ، السنة ١٣ ، العدد ٢، ١٩٨٩.

١٣. د. حامد زكي ، التوفيق بين القانون والواقع دراسة في فلسفة القانون الخاص ، مجلة القانون والاقتصاد ، كلية الحقوق، جامعة القاهرة ، مصر ، السنة ٢، العدد ١، ١٩٣٢ .
١٤. د. حسين فتحي عثمان ، حدود مشروعية الاعلانات التجارية لحماية المتجر والمستهلك، مجلة مصر المعاصرة ، تصدرها الجمعية المصرية للاقتصاد السياسي والاقتصاد والتشريع، القاهرة ، مجلد ٨٣ ، العدد ٤٢٧ ، ١٩٩٢ .
١٥. حمد بن عبد الله حسن محمد ، تنظيم ومراقبة وضع الاعلانات في القانون القطري ، المجلة القانونية والقضائية ، وزارة العدل ، دولة قطر ، العدد ٢، السنة ٩ ، ٢٠١٥ .
١٦. د. ذكرى محمد حسين ، الكذب المشروع في الاعلان التجاري ، مجلة المحقق الحلي للعلوم القانونية والسياسية ، جامعة بابل ، العدد ١ ، لسنة ٤ ، ٢٠١٢ .
١٧. زهرة مراد ، صفة الفاعل في جريمة اختلاس المال العام بين الشروط المفترضة لها واركائها، مجلة العلوم الانسانية ، كلية الحقوق ، جامعة قسنطينة ، الجزائر ، العدد ٣٩ ، ٢٠١٣ .
١٨. زينة حسين ، المسؤولية عن عدم تحقق المواصفات في الإعلان التجاري، مجلة كلية الحقوق، جامعة النهريين، العدد ١، المجلد ١٣، ٢٠١١ .
١٩. سعد صالح شكطي ، الخروج عن القاعدة العامة في الظروف المشددة للجرائم ، مجلة جامعة تكريت للعلوم القانونية ، السنة ٧، مجلد ١، العدد، ٢٨، ٢٠١٥ .
٢٠. د. سعيد بن مرعي بن محمد السرحاني ، ضوابط الاعلانات والدعاية للمنتجات الغذائية ، مجلة كلية الشريعة والقانون بطنطا، جامعة الازهر ، العدد ٣٣ ، ج٢، مصر، ٢٠١٨ .
٢١. سفيان تايه فرج ، توسيع بروتوكول SSL/TLS ، مجلة جامعة الانبار للعلوم المصرفية ، المجلد ٢، العدد ١، ٢٠٠٨ .

٢٢. د. سلوى أحمد ميدان ، الموائمة بين العقوبات التي أقرتها إتفاقية الأمم المتحدة لمكافحة الفساد لعام ٢٠٠٣ والتشريعات العراقية دراسة تحليلية ، مجلة كلية القانون والعلوم السياسية ، جامعة كركوك ، مجلد ٢ ، العدد ٦ ، ٢٠١٣ .
٢٣. د. سليم حربه، جرائم الامتناع في التشريع العراقي - دراسة مقارنة، مجلة القانون المقارن، تصدرها جمعية القانون المقارن العراقية، العدد ١٦، السنة ١٩٨٥ .
٢٤. د. سليمان حاج ، المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي العام بين الرفض والقبول ، مجلة العلوم الانسانية ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، الجزائر، العدد ٣٣ ، ٢٠١٤ .
٢٥. د. شكرية كوكز خضر السراج وبيداء سعدون مشكل الربيعي ، قضايا المحاكمات الاعلامية في العراق بعد ٢٠٠٣، مجلة الباحث الاعلامي ، كلية الاعلام ، جامعة بغداد، العدد ٣٨ ، المجلد ٩ ، ٢٠١٧ .
٢٦. د. صليح بونفلة ، المسؤولية المدنية عن الاشهار الالكتروني ، مجلة افاق للعلوم ، جامعة زيان عاشور - الجلفة -، الجزائر، العدد ١٧، المجلد ٥، ٢٠١٩ .
٢٧. د. ضياء الدين مهدي حسين الصالحي، مفهوم المسؤولية الجزائية في القانون الجنائي، مجلة القضاء، تصدرها نقابة المحامين العراقية ، السنة ٤١ ، ١٩٨٦ .
٢٨. د. ضياء عبد الله الجابر وخالد خضير دحام وعادل كاظم سعود ، احكام المسؤولية الجزائية عن جرائم الصحافة في القانون العراقي دراسة مقارنة ، مجلة رسالة الحقوق ، كلية القانون ، جامعة كربلاء ، السنة ٦ ، العدد ١ ، ٢٠١٤ .
٢٩. طاهر شوقي مؤمن ، شروط الاعلان التجاري عبر الانترنت ، مجلة معهد دبي القضائي، الامارات العربية ، مجلد ٣ ، العدد ٦ ، ٢٠١٥ .

٣٠. د. عادل يوسف الشكري ، الشرط المفترض وموضعه في الانموذج القانوني للجريمة - دراسة تحليلية في البنية القانونية للجريمة ، مجلة الكوفة للعلوم القانونية والسياسية ، كلية القانون، جامعة الكوفة ، المجلد ١ ، العدد ٣٩ ، ٢٠١٩ .
٣١. عبد الرحمن ابو رياح ، الترويج السياحي ، مجلة السياحة العربية ، مصر ، العدد ٤٥ ، ١٩٧٦ .
٣٢. د. عبد الرزاق عبد اللطيف الموافي ، الحماية الجنائية لحق المؤلف دراسة مقارنة ، مجلة الحقوق ، جامعة الكويت ، العدد ٤ ، السنة ٣٥ ، ٢٠١١ .
٣٣. د. عبد العظيم مرسي وزير ، حماية المستهلك في ظل قانون العقوبات الاقتصادي في مصر ، مجلة القانون والاقتصاد، عدد خاص بالمؤتمر المنعقد في مدينة فريبورج في المانيا الاتحادية ، ١٩٨٢ .
٣٤. عبد الله بن عبد الرحمن بن عبد الله العضيبي ، الضوابط الموضوعية للاعلانات التجارية دراسة مقارنة ، مجلة المعهد العالي للقضاء ، السعودية ، ٢٠٠٣ .
٣٥. د. علي حمزة عسل الخفاجي و د. خالد مجيد الجبوري ، التجريم الوقائي في قانون حماية المستهلك العراقي ، مجلة المحقق الحلي للعلوم القانونية والسياسية ، جامعة بابل ، العدد ١ ، السنة ٩ ، ٢٠١٧ .
٣٦. د. علي عبد العالي الاسدي ، النظام القانوني للرسالة الاعلانية التجارية، مجلة القانون للدراسات والبحوث القانونية ، جامعة ذي قار ، العدد ٥ ، ٢٠١٢ .
٣٧. د. عمر السعيد رمضان ، فكرة النتيجة في قانون العقوبات ، مجلة القانون والاقتصاد ، كلية القانون ، جامعة القاهرة ، العدد ١ ، السنة ٣١ ، ١٩٦١ .

٣٨. د. عمر فخري عبد الرزاق أهديثي، الوقاية من الجرائم الانتخابية، مجلة الأنبار للعلوم القانونية والسياسية، جامعة الانبار، العدد ٣، لسنة ٢٠١١.
٣٩. د. فاطمة الزهرة قدرابي ، المسؤولية الجزائية كألية ردعية للمتدخل الاقتصادي عند المساس بحق المستهلك في الاعلام، مجلة العلوم القانونية والسياسية ، جامعة الوادي ، الجزائر ، المجلد ١١ ، العدد ٢ ، ٢٠٢٠.
٤٠. د. فتحي عبد الرحيم عبد الله ، محاربة الغش في الاعمال القانونية ، مجلة الشريعة والقانون، كلية الشريعة والقانون، جامعة الامارات العربية المتحدة ، العدد ٢ ، ١٩٨٨.
٤١. د. فتيحة محمد قوراري ، الحماية الجنائية للمستهلك من الاعلانات المضللة ، دراسة في القانون الاماراتي والمقارن ، مجلة الحقوق الكويتية ، جامعة الكويت ، المجلد ٣٣، العدد ٣، ٢٠٠٩ .
٤٢. كامل عبد الحسين البلداوي وصادق سعد الله ألبياتي ، الحماية القانونية للرسوم والنماذج الصناعية دراسة مقارنة ، مجلة بحوث مستقبلية ، كلية الحداثة الجامعة ، الموصل ، العدد ٦، ٢٠٠٢ .
٤٣. محمد بن علي احمد كاملي الاعلان التجاري والترويجي والسعي في الفقه والنظام ، بحث مقدم الى المعهد العالي للقضاء ، المملكة العربية السعودية ، ١٩٩٩.
٤٤. د. محمد اسماعيل ابراهيم و دلال لطيف مطشر، الاعتداد بالنية في المساهمة الاصلية والتنفيذية دراسة مقارنة، مجلة الكلية الاسلامية الجامعة ، تصدرها الكلية الاسلامية الجامعة ، النجف الاشرف ، العدد ٤١، المجلد ١، ٢٠١٦ .
٤٥. د. محمد حسن عبد العزيز ، الاعلان بالعامية وباللغة الانجليزية في الصحف المصرية ، مجلة مجمع اللغة العربية ، القاهرة ، مصر ، العدد ١١٩، ٢٠١٠.

٤٦. د. محمد حسين الحمداني و د. دلشاد عبد الرحمن يوسف ، فكرة الاسناد في قانون

العقوبات، مجلة الرافدين للحقوق، جامعة الموصل، المجلد ١٢ ، العدد ٤٦ ، ٢٠١٠.

٤٧. د. ناجي معلا ، اساليب التضليل والخداع في الاعلان التجاري ، مجلة دراسات

الاردنية، الجامعة الاردنية ، مجلد ٢٧ ، العدد ١ ، ٢٠٠٠.

٤٨. د. هدى حامد قشقوش ، الاعلانات غير المشروعة في نطاق القانون الجنائي ، مجلة

العلوم القانونية والاقتصادية ، جامعة عين شمس ، كلية الحقوق ، مصر، المجلد ٥ ،

العدد ٢ ، ٢٠٠٩.

٤٩. هيلان عدنان احمد الجبوري، التضليل والخداع او الكذب في الاعلام التجاري ، مجلة

كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية ، جامعة كركوك ، العدد ١١ ، مجلد ٣ ، ٢٠١١.

هـ . التشريعات

- الدساتير

١. دستور جمهورية العراق ٢٠٠٥

٢. الدستور المصري ٢٠١٤ (المعدل)

٣. الدستور الجزائري ٢٠٢٠.

- القوانين

١. قانون المطبوعات المصري رقم ٢٠ لسنة ١٩٣٦ (المعدل) .

٢. قانون العقوبات المصري رقم ٥٨ لسنة ١٩٣٧ (المعدل)

٣. قانون قمع التدليس والغش المصري رقم ٤٨ لسنة ١٩٤١ (المعدل).

٤. قانون الشهر العقاري المصري رقم ١١٤ لسنة ١٩٤٦ (المعدل).

٥. قانون الاجراءات الجنائية المصري رقم ١٥٠ لسنة ١٩٥٠ (المعدل).

٦. القانون المدني العراقي رقم ٤٠ لسنة ١٩٥١ (المعدل).

٧. قانون الغرف التجارية المصري رقم ١٨٩ لسنة ١٩٥١ (المعدل).
٨. قانون تنظيم الاعلانات المصري رقم ٦٦ لسنة ١٩٥٦ (المعدل) .
٩. قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية العراقي رقم ٢١ لسنة ١٩٥٧ (المعدل).
١٠. قانون ادارة البلديات العراقي رقم ١٦٥ لسنة ١٩٦٤ (المعدل) .
١١. قانون منع تشييد الصرائف والمحلات غير الصحية العراقي رقم ٤٤ لسنة ١٩٦٥.
١٢. قانون الاجراءات الجزائية الجزائري رقم ٦٦-١٥٥ لسنة ١٩٦٦ (المعدل).
١٣. قانون العقوبات الجزائري رقم ٦٦-١٥٦ لسنة ١٩٦٦ (المعدل).
١٤. قانون الوكالة الوطنية للنشر والاشهار الجزائري رقم ٦٧-٢٧٩ لسنة ١٩٦٧
١٥. قانون المطبوعات العراقي رقم ٢٠٦ لسنة ١٩٦٨ (المعدل).
١٦. قانون المرافعات المدنية العراقي رقم ٨٣ لسنة ١٩٦٩ (المعدل).
١٧. قانون العقوبات العراقي رقم ١١١ لسنة ١٩٦٩ (المعدل).
١٨. قانون حماية حق المؤلف العراقي رقم ٣ لسنة ١٩٧١ (المعدل) .
١٩. قانون اصول المحاكمات الجزائية العراقي رقم ٢٣ لسنة ١٩٧١ (المعدل).
٢٠. قانون التسجيل العقاري العراقي رقم ٤٣ لسنة ١٩٧١ (المعدل) .
٢١. قانون مكتب الدعاية والنشر والاعلان العراقي رقم ٤٥ لسنة ١٩٧١ (المعدل) .
٢٢. قانون الدار الوطنية للنشر والتوزيع والاعلان العراقي رقم ١١٧ لسنة ١٩٧٢ (الملغي) .
٢٣. قانون الرقابة على المصنفات والافلام السينمائية العراقي رقم ٦٤ لسنة ١٩٧٣ (المعدل) .
٢٤. قانون التجارة الجزائري رقم ٧٥-٥٩ لسنة ١٩٧٥ (المعدل).
٢٥. القانون التجاري الجزائري الصادر بالأمر رقم ٧٥-٥٩ لعام ١٩٧٥.
٢٦. قانون السجل التجاري المصري رقم ٣٤ لسنة ١٩٧٦ .

٢٧. قانون الجهاز المركزي للتقييس والسيطرة النوعية العراقي رقم ٥٤ لسنة ١٩٧٩ (المعدل).
٢٨. قانون التنظيم القضائي العراقي رقم ١٦٠ لسنة ١٩٧٩ (المعدل)
٢٩. قانون منع استعمال الواح الدلالة والاعلان الخاصة بتعريف التأمين الالزامي من حوادث السيارات العراقي رقم ٥٢ لسنة ١٩٨٠.
٣٠. قانون الشركات العراقي رقم ٢١ لسنة ١٩٩٧ (المعدل) .
٣١. قانون رعاية القاصرين العراقي رقم ٧٨ لسنة ١٩٨٠ (المعدل).
٣٢. قانون الشركات المصري رقم ١٥٩ لسنة ١٩٨١ (المعدل).
٣٣. قانون التجارة العراقي رقم ٣٠ لسنة ١٩٨٤ (المعدل) .
٣٤. قانون الاسرة الجزائري المرقم ٨٤-١١ لسنة ١٩٨٤ (المعدل) .
٣٥. قانون التعديل الاول لقانون مكاتب الدعاية والنشر والاعلان رقم ٣٥ لسنة ١٩٨٨.
٣٦. قانون التوجيه العقاري الجزائري رقم ٩٠-٢٥ لسنة ١٩٩٠ (المعدل).
٣٧. قانون الاحوال الشخصية المصري رقم ٢٥ لسنة ١٩٩٢ (المعدل) .
٣٨. قانون حقوق المؤلف والحقوق المجاورة الجزائري رقم ٩٧-١٠ لسنة ١٩٩٧.
٣٩. قانون التجارة المصري رقم ١٧ لسنة ١٩٩٩ (المعدل)
٤٠. قانون وزارة الثقافة العراقي رقم ١٧ لسنة ٢٠٠١ (المعدل).
٤١. قانون الطرق العامة العراقي رقم ٣٥ لسنة ٢٠٠٢ (المعدل).
٤٢. قانون حقوق الملكية الفكرية المصري رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ (المعدل).
٤٣. قانون الجمعيات الفلاحية التعاونية العراقي رقم ٥٦ لسنة ٢٠٠٢ (المعدل)،
٤٤. قانون البنك المركزي العراقي رقم ٥٦ لسنة ٢٠٠٤ (المعدل).
٤٥. قانون الهيئة العراقية للاتصالات والاعلام العراقي رقم ٦٥ لسنة ٢٠٠٤.

٤٦. قانون القواعد المطبقة على الممارسات التجارية الجزائرية رقم (٠٤-٠٢) لسنة ٢٠٠٤ (المعدل).

٤٧. قانون الضريبة على الدخل المصري رقم ٩١ لسنة ٢٠٠٥ (المعدل).

٤٨. قانون تعديل الغرامات في قانون العقوبات الجزائري رقم (٠٦-٢٣) لسنة ٢٠٠٦.

٤٩. قانون الاسماء التجارية المصري رقم ٩ لسنة ٢٠٠٦ .

٥٠. قانون تعديل مقدار الغرامات العراقي رقم ٦ لسنة ٢٠٠٨ .

٥١. قانون عقوبات قوى الامن الداخلي العراقي ١٤ لسنة ٢٠٠٨ (المعدل).

٥٢. قانون حماية المستهلك وقمع الغش الجزائري رقم ٠٩-٠٣ لسنة ٢٠٠٩ .

٥٣. قانون حماية المستهلك العراقي رقم ١ لسنة ٢٠١٠ (المعدل) .

٥٤. قانون المنافسة ومنع الاحتكار العراقي رقم ١٤ لسنة ٢٠١٠ (المعدل).

٥٥. قانون علامة الجودة العراقية رقم ٢ لسنة ٢٠١١ .

٥٦. قانون البلدية الجزائري رقم ١١-١٠ لسنة ٢٠١١.

٥٧. القانون العضوي المتعلق بالاعلام الجزائري رقم ١٢-٠٥ لسنة ٢٠١٢

٥٨. قانون بيع وايجار اموال الدولة العراقي رقم ٢١ لسنة ٢٠١٣ (المعدل).

٥٩. قانون شبكة الاعلام العراقي رقم ٢٦ لسنة ٢٠١٥ .

٦٠. قانون تنظيم الصفقات وتفويضات المرفق العام الجزائري رقم ٥-٢٤٧ لسنة ٢٠١٥.

٦١. قانون كراء العقارات او المحلات المخصصة للاستعمال التجاري او الصناعي او الحرفي

الجزائري رقم ١٦-٤٩ لسنة ٢٠١٦ .

٦٢. قانون تنظيم الاعلان عن المنتجات والخدمات الصحية المصري رقم ٢٠٦ لسنة ٢٠١٧.

٦٣. قانون تنظيم التعاقدات التي تبرمها الجهات الحكومية المصرية رقم ١٨٢ لسنة ٢٠١٨ .

٦٤. قانون تنظيم الصحافة والاعلام والمجلس الاعلى لتنظيم الاعلام المصري رقم ١٨٠ لسنة

٢٠١٨

٦٥. قانون حماية المستهلك المصري المرقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨ (المعدل).

٦٦. قانون مكافحة جرائم تقنية المعلومات المصري المرقم ١٧٥ لسنة ٢٠١٨ .

٦٧. قانون التجارة الالكترونية في الجزائر رقم ١٨-٠٥ لسنة ٢٠١٨ .

٦٨. قانون المرور العراقي رقم ٨ لسنة ٢٠١٩ (المعدل).

٦٩. قانون المحال العامة المصري رقم ١٥٤ لسنة ٢٠١٩ .

٧٠. قانون تنظيم الاعلانات على الطرق العامة المصري المرقم ٢٠٨ لسنة ٢٠٢٠.

٧١. قانون هيئة الدواء المصرية رقم ٢٧١ لسنة ٢٠٢١.

- التعليمات

١. تعليمات المكاتب العلمية لدعاية الادوية وفق قانون مزاوله مهنة الصيدلة والاتجار بالأدوية

والمواد السامة العراقية رقم ٨٦ لسنة ١٩٥٦ .

٢. تعليمات رقم (٤) لسنة ١٩٩٤ تعديل مكاتب الدعاية والنشر والاعلان رقم ٤٥ لسنة

١٩٧١ .

٣. تعليمات صادرة عن وزارة الصحة العراقية بشأن أصناف المحلات العامة الخاضعة للإجازة

الصحية رقم (٥) لسنة ١٩٨٢ .

- قرارات مجلس قيادة الثورة المنحل

١. قرار مجلس قيادة الثورة (المنحل) الغاء قانون الدار الوطنية للتوزيع والاعلام العراقي رقم

٢٩٤ لسنة ١٩٩١.

٢. قرار مجلس قيادة الثورة (المنحل) الخاص بتأسيس شركة مساهمة مختلطة باسم الشركة الوطنية للتوزيع والنشر تقوم بنشر واستيراد وتوزيع الصحف والدوريات والكتب داخل القطر وخارجه" رقم ٢٩٤ في لسنة ١٩٩١.

و. قرارات القضاء العراقي

١. قرار محكمة استئناف القادسية بصفتها التمييزية بالعدد ١/ ت / ج / ٢٠١٢ في ٢٠١٢/١/١٥ (غير منشور) .

٢. قرار محكمة التمييز الاتحادية العراقية بالعدد ١٤٤٧/اختصاص / ٢٠١٠ في ٢٠١٠/١٢/٢١ (غير منشور) .

٣. قرار محكمة التمييز الاتحادية العراقية المرقم ١٧٠/هـ / ع / ٢٠١١ في ٢٠١٢/١١/٢٦ ، سلمان عبيد عبد الله الزبيدي ، المبادئ في قرارات محكمة التمييز الاتحادية ، القسم

الجزائي والقسم المدني ، ج ٤ ، المكتبة الوطنية ، بغداد ، ٢٠١٤

ي . المواقع الالكترونية

١. موقع وزارة التجارة والصناعة المصري ، نموذج خطاب مصلحة التسجيل العقاري <https://www.goeic.gov.eg/upload/online/2021/01/documents/files/ar/642.pdf> تاريخ

الزيارة ٢٠٢٢/٣/١٥ ، وقت الزيارة الساعة ١١ مساءً.

٢. موقع وزارة التجارة والصناعة المصري ، نموذج اقرار القيد بسجل وكالات الدعاية والاعلان

<https://www.goeic.gov.eg/upload/online/2021/01/documents/files/ar/638.pdf>

تاريخ الزيارة ٢٠٢٢/٣/١٥ ، وقت الزيارة الساعة ١١ مساءً.

٣. الموقع الالكتروني لغرفة التجارة الدولية - [http://www.iccwbo.org/chamber-services/trade-](http://www.iccwbo.org/chamber-services/trade-facilitation/certificates-of-origin/co-guidelines)

[/facilitation/certificates-of-origin/co-guidelines](http://www.iccwbo.org/chamber-services/trade-facilitation/certificates-of-origin/co-guidelines) تاريخ الزيارة ٢٠٢١/٧/٢٢ الساعة ٦ مساءً.

٤. موقع مجلس النواب العراقي <https://arb.parliament.iq/archive/2017/04/27>

تاريخ الزيارة ٢٠٢١/٨/٢ الساعة ٦ مساءً.

ظ . المتفرقة

١. اللائحة التنفيذية لقانون السجل التجاري المصري الصادر بالقرار الوزاري رقم ٩٤٦ لسنة ١٩٧٦ .
٢. نظام الحكم المحلي المصري رقم ٤٣ لسنة ١٩٧٩ (المعدل)
٣. ضوابط الاعلان في الاذاعة والتلفزيون الصادرة من لجنة الرأي المكلفة بتطوير برامج الاذاعة والتلفزيون في ١٠/٧/١٩٩٩ (غير منشورة) .
٤. مشروع قانون الاشهار الجزائري لسنة ١٩٩٩ .
٥. اللائحة التنفيذية لقانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري الصادرة بقرار رئيس مجلس الوزراء المصري بالرقم ١٣٦٦ لسنة ٢٠٠٣ .
٦. الامر الخاص بتشكيل الهيئة العراقية للاتصالات والاعلام ٦٥ لسنة ٢٠٠٤ .
٧. اللائحة التنفيذية لقانون المرور المصري الصادر بقرار وزير الداخلية المرقم ١٦١٣ لسنة ٢٠٠٨ .
٨. بيان صادر من مجلس القضاء الاعلى ، دائرة شؤون القضاة والادعاء العام بالعدد ٨١/ق/أ. في ١١/٧/٢٠١٠ الذي تشكلت بموجبه محكمة قضايا النشر والاعلام العراقي .
٩. العقد (٨٤٧٨ في ٢٧ / ١٢ / ٢٠١٥) ايجار مساحات اعلانية لأحد المعلنين في شارع المواكب في الديوانية (العقد غير منشور) .
١٠. العقد (٦٦٥ في ٢١ / ١١ / ٢٠١٧) ايجار مساحات اعلانية لأحد المعلنين في شارع الجزائر في الديوانية (العقد غير منشور) .
١١. اللائحة التنفيذية لقانون تنظيم التعاقدات التي تبرمها الجهات العامة المصري المرقم ٦٩٢ لسنة ٢٠١٩ .

١٢. اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك المصري الصادرة بالقرار ٨٢٢ لسنة ٢٠١٩ .
١٣. اعمام هيئة الاعلام والاتصالات العراقية المعنون الى الامانة العامة لمجلس الوزراء بالعدد ٧/ع/٢/٥/٧٧٢٤ في ٢٠/٩/٢٠٢٠ (غير منشور).
١٤. العقد (٨٧١٣ في ١٠/٥/٢٠٢١) ايجار مساحات اعلانية لأحد المعلنين في شارع المواكب في الديوانية (العقد غير منشور) .
١٥. امر مجلس الوزراء المصري بتشكيل اللجنة العليا لمنح ترخيص الاعلان عن المنتج والخدمات الصحية المرقم ٣٠٢ لسنة ٢٠٢٢

ثانيا : المصادر باللغة الاجنبية

1. Chavanne(A),Publicite Fauss (oude naturea Induire enerreur) J.C.P , 1994.
2. Dr. Rohi Baalbaki , AL – Mawrid AL – Quareeb, Apocket Arabi – Anglish Dictionary, Beirut – Lebaanan,1991.
3. Jean_Jacques Burst et Robert Kovar, Drait de la concurrence ,Economca,1981.
4. Lawn des. Dou glas . Marketing , the use of advertisting , First ed, Printed Great Britain ,by A. Wheaton &co, Exeter Pregamos Press 1969.

Abstract

Advertising is one of the means of communication that advertisers resort to to introduce goods and services. It has gained an important position in our time. Its uses have expanded and its importance has increased, especially after the development and progress that accompanied various service, commercial and industrial advertising activities at every stage of the growth and progress of life, until advertisements became a necessity of life. It is not possible to imagine the existence of a developed society without advertisements, as they are a characteristic of the times due to their connection to the daily life of the individual, and that the most important characteristic of advertisements is the ability to psychological and mental influence for the recipient and modify his behavioral trends, by surrounding them with the human being wherever he goes and whenever he looks, whether in his home or work. Whether he likes it or not, and if there are several labels given to this age, such as the information age, the marketing age, or the computer age, we can call it the advertising age. Those who initiate these advertisements are people who know the truth of what they are advertising because they are either advertising professionals, publishers owners, or advertising institutions, and they Aoun to use all means and methods to achieve their goals, even if this leads to violating the places designated for placing advertisements, or establishing an advertising office without a permit, or cheating in advertisements or advertisements about things that violate morals or morals, or any violation of the formal or objective controls for advertisements, as there is no law Specialized in regulating advertisements in Iraq and determines the criminal responsibility of the perpetrator of these violations, so we dealt with some crimes arising from violating these controls, whether stipulated in the Penal Code or special laws.

One of the main reasons for discussing this topic is to try to answer many of the questions that arise in connection with it, including whether the Iraqi advertising, publishing and advertising law regulates advertisements and defines their types, methods and means and stipulates the penal responsibility arising from violating its provisions, as well as to determine who is criminally responsible for violating advertisement controls. Is it the advertiser only, or the offices, advertising companies, and advertising institutions, as well as determining the types of crimes arising from violating advertising controls and the penalties prescribed for such violations.

Republic of Iraq
Ministry of Higher education &
Scientific Research
Babylon University
College of Law



Criminal responsibility arising from advertising Regulations violating (A Comparative Study)

Adissertation submitted to Council of the College of law University of Babylon in
the Partial Fulfillment of the Requirement for Ph. D. degree in public law

By

Ahmed Zghair Majhool Al - Esawi

Supervised by :

Dr. Asra'a Mohammed Ali Salim

Professor of criminal law

2022 A.D

1444 A.H