الشعبية الديمقراطية الجزائرية الجمهورية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة وهران

كلية الحقوق و العلوم السياسية

مـــذكـــرة لـنيـل شـــهـادة المـــاجـستـيـــر في قانون الأعمال المقارن

النصـــــــــــــــب في الإعـــــــــــلان

من إعداد طالبة : تحت إشراف الأستاذ :

حسان دواجي سعاد مروان محمد

2013/09/24

الاستاذة زناكي دليلة	استاذة التعليم العالي	جامعة وهران	رئيسا
الاستاذ مروان محمد	استاذ التعليم العالي	جامعة وهران	مشرفا
الاستاذة ناصر فتيحة	استاذة التعليم العالي	جامعة وهران	مناقشا
الاستاذ يقاش فراس	استاذ محاضر- ا	-جامعة وهران	مناقشا

السنة الجامعية2012-2013

المقدمة

إذا كان للعصر الذي نعيشه في الوقت الحاضر الكثير من السمات فان الإعلان أحد أبرز هذه السمات، فهو في الحقيقة وليد التطورات الاقتصادية، فاتساع الأسواق وانتشارها وما صاحبها من إنتاج ضخم تطلب الأمر البحث عن وسيلة لتسويق المنتجات والخدمات وكان الإعلان أهم وسيلة في ذلك،[1] فهو أحد أنجح الوسائل لإعلام الجمهور حول ما يوجد في السوق من سلع و خدمات وهو بهذا يعتبر مظهر من مظاهر المنافسة المشروع،[2] و له دور لا حدود لفاعليته بحيث لا يمكن أن نتصور مجتمعا اقتصاديا متطورا في غياب الإعلان.[3]

وحتى نعطي للموضوع بعده التاريخي لابد من العودة إلى ما كان سائدا في المجتمعات القديمة، حيث اتخذ الإعلان أسلوب الرسم و النحت و النداء على السلعة ووصفها بطريقة تحث المستمع على الشراء، فهو ليس بالشيء الجديد و التطور الحاصل فقط هو التطور في الأساليب و الوسائل، و إن كانت بعض الوسائل لا تزال منتشرة إلى يومنا هذا و منها أسلوب المناداة على السلعة.

ووضعت الشريعة الإسلامية بدورها منذ ما يزيد عن أربعة عشرة قرنا من الزمان ركيزة أساسية في المعاملات قوامها تقديم النصح و الابتعاد عن الكذب والخداع. فالتشريع الإسلامي وضع من الضوابط الحاسمة للقضاء على كل ما هو ضار بالمسلم ومنافي للدين الحنيف و كانت الإعلانات الكاذبة و ما تشكله من خطر يهدد المسلم إحدى الأمور التي اهتم بها فقهاء الشريعة الإسلامية في الوقت الحالي و اعتبروا أن السبيل للقضاء عليها هو تنمية الوجدان الديني لدى المعلن. إذ تقييم الشريعة الإسلامية سياستها في هذا الشأن على فكرتي الوقاية و الردع معا و نالت الفكرة الأولي النصيب الأوفى، فجاءت الشريعة بالحث على الصدق و النهى عن الكذب فالمعاملات في الشريعة

---

1 - يختلف الإعلان الذي يستهدف جلب اهتمام الزبون حول نوعية السلع و الخدمات ،عن الإعلان القانوني الذي يستهدف التعريف بالتصرف القانوني للجمهور، فهو نشر كل العقود و التصرفات القانونية في نشرة رسمية للإعلانات القانونية. -بن شيخ ،إعلام المستهلك، ملتقى حول الحماية في مجال الاستهلاك، كلية الحقوق ، جامعة وهران،14 و 15 ماي 2000،الصفحة 16.

2 - أحمد السعيد الزقرد، الحماية القانونية من الخداع الإعلاني في القانون الكويتي والمقارن، مجلة الحقوق، العدد 4، الكويت 1995، الصفحة 144.

3 - تتنوع الإعلانات وتختلف باختلاف الأشخاص المستهدفين أو هدف الإعلان فهناك إعلان إعلامي، استهلاكي، سياسي، وإعلان تجاري...الخ، والذي يهمنا في موضوع الدراسة هو الإعلان التجاري، و لذلك استبعدنا الاشهارات الأخرى من نطاق البحث.و لمزيد من التفصيل حول الاشهارات المذكورة سابقا،انظر ،إسماعيل قاسمي ،قانون الإشهار في الجزائر من إنشاء الوكالة الوطنية للنشر و الإشهار –ANEP- سنة 1997 إلي مشروع قانون الاشهار 1999،كلية العلوم السياسية و الإعلام جامعة الجزائر،2006،الصفحات 5و 6.

الإسلامية مبنية على الوضوح و الصفاء و النصح للمسلم كافة ،و لذلك فالمعلن مأمور شرعا بإسداء النصح إلى المتعاقد منهي عن غشه و خدعه وتضليله.[1]

و في العصر الحديث و أمام التطور الهائل لوسائل الاتصال من إذاعة وتلفزيون... الخ، دخلت الإعلانات مرحلتها الحالية و كثرت أساليب الكذب و التحايل فيها فانعكست سلبا على حق المتلقي في المعلومات الصحيحة ، أين يتم الإعلان من خلالها عن معلومات مبالغ فيها بصفة مفرطة إلى حد الكذب و الخداع أو كانت منافية للحقيقة كلية، لذلك كثيرا ما يكون ضحية الإعلانات ممن يمارس عليهم الغش والتدليس من طرف المعلن ،الأمر الذي يدفعهم للتعاقد بإرادة مشوبة بالغلط ليكتشف بعدها أنه ليس بحاجة إلى ما اقتناه ،أو لا يتفق مع حاجاته الأساسية أو أن الشيء المتعاقد عليه عديم القيمة مقارنة مع ضخامة الإشهار.

فالانتشار الواسع و الاستخدام السيئ لهذه التقنيات من وسائل الاتصال وتزايد حجم التعامل بها هو ما فتح المجال أمام ظهور حالات النصب المرتكبة عبر الإعلانات، ولما كان النظام القانوني يتصف بأنه يعكس احتياجات المستهلك وغاياته ويتصدى لجميع الظواهر الإجرامية، فقد أدركت الدول المتقدمة خطورة الإعلانات وتأثيرها السلبي على المستهلك[2] بالدرجة الأولى، وعلى المنافسة الحرة بما لها من انعكاسات سلبية على مبدأ شفافية الممارسات التجارية، الأمر الذي على أساسه دفع مشرعي هذه الدول إلى تنظيم العملية الإشهارية و تأطيرها ووضع ضوابط للعمل في مجال الإعلان ،وهذا من خلال إرساء قواعد ومبادئ يخضع لها الإعلان وكذا توحيد معايير الرسالة الإعلانية وسن تشريعات جزائية تهدف إلى الحد من مخاطرها و الردع لمرتكب الجرائم من خلالها، و كان التشريع الفرنسي السباق في ذلك فأولى اهتمامه الكبير في مجال الإعلان لتنظيمه و المعاقبة على الجرائم المتعلقة به .[3]

ورغم خطورة الإعلان الكاذب إلا انه لم يحض من المشرع الجزائري بأي تنظيم خاص كما فعل المشرع الفرنسي بقانوني:1963و 1973 ،فكانت عدة محاولات لوضع قانون الإشهار كما سماه المشرع ، إلا أنها باءت بالفشل لعدم المصادقة على القوانين المقترحة المتعلقة بالإشهار لسنة 1988، 1992، 1999، وما يتوفر لدينا من نصوص قانونية سوى مشروع قانون الإشهار لسنة 1999 [4] وقانون 04/02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية[5] الذي عرف الإعلان من خلال المادة 03 الفقرة 03 منه وتناول كذلك الإشهار التضليلي من خلال المادة 28 منه.

---

1 - مأخوذ عن – محمد الشناوي ،إستراتيجية مكافحة جرائم النصب المستحدثة (الانترنت،بطاقة الائتمان،الدعاية التجارية الكاذبة) 2006،الصفحة 193.

2 - تم تعريف المستهلك في القانون 09- 03(المؤرخ في 25فبراير 2009،المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش ، الجريدة الرسمية 8 مارس 2009 ،العدد 15،الصفحة 12) بموجب المادة 03 منه على انه :"كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا ،سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من اجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به".

والمرسوم التنفيذي 90/39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش[1] الذي عرف هو الآخر الإعلان بموجب نص المادة الثانية الفقرة 08منه، وكان يتوقع في الحقيقة أن يتناول قانون حماية المستهلك 09/03 الإعلان باعتباره المعنى بالدرجة الأولى للدفاع عن حقوق المستهلك، إلا أنه ركز على قمع الغش في المواد الغذائية فقط، ضف إلى ذلك أن قانون الإعلام الجديد 12/ 05 لم يأتي على ذكر شيء اسمه الإشهار إلا بصفة غير مباشرة في بعض المواد.[2]

فمعظم هذه النصوص لم تتطرق لموضوع الإعلان بصفة مباشرة، وإنما هي موجهة بالخصوص لمنع الغش في بيع السلع و التدليس في المواد الغذائية و الطبية مما يوحي أن المشرع أراد إدخال الإعلان المزيف ضمن جرائم الخداع و الغش و هو ما لا يتصور نظرا للطبيعة الخاصة بكل جريمة.

---

3 - لقد أصدر المشرع الفرنسي عدة قوانين لمواجهة الإعلانات الكاذبة بداية بقانون 2جويلية 1963الذي أنشا جريمة مستقلة هي جنحة الإعلان الكاذب ، والذي جاء استجابة لجهود جمعيات حماية المستهلك في حملتها ضد الإعلانات الكاذبة ، لكن بعد مرور عشر سنوات من إصدار هذا القانون اتضح لمنظمات و جمعيات حماية المستهلك انه لم يوفر حماية كافية للمستهلكين، و لا يسمح بمجابهة فعالة للإعلانات الكاذبة بدليل انه لا يواجه سوى الإعلانات التي تتضمن مزاعم كاذبة مما أدي إلي تضيق نطاق تطبيقه ، كما انه القي على عاتق النيابة العامة عبء إثبات سوء نية المعلن باعتباره قد جعل من جريمة الإعلان الكاذب جريمة عمدية . الأمر الذي يؤدي إلي إمكانية إفلات المعلن من العقاب في حالة عجز سلطة الاتهام من إقامة الدليل علي سوء نيته. فنظرا للسلبيات السابقة بادر المشرع الفرنسي ثانية إلي إصدار قانون جديد بتاريخ 27 ديسمبر 1973 المسمى بقانون ROYER و الذي تبني مفهوما أوسع للإعلان و عدل عن جنحة الإعلان الكاذب إلي جنحة الإعلان الخادع la publicité trompeuse ليقوم المشرع الفرنسي بعدها بإدماج مواده في قانون الاستهلاك (المادة 44 من قانون 73 الخاصة بجريمة الإعلان الخادع لتشكل حاليا المواد من L.121-1 إلي L.121-7)، انظر محمد بودالي ،حماية المستهلك في القانون المقارن ،دار الكتاب الحديث ،الجزائر 2006، الصفحات 172و 173.

4 - مشروع قانون الإشهار المصادق عليه من مجلس الأمة في الدورة العادية 19 أوت 1990 العدد 10.

5 - قانون رقم 04/02، المؤرخ في 23 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية، العدد 41، الصادرة في 27 يونيو 2004، الصفحة 3.

1 - المرسوم التنفيذي 90/39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، المؤرخ في 30يناير 1990، الجريدة الرسمية، العدد 05 الصادرة في 30 يناير 1990، الصفحة 202.

2 - نص قانون الإعلام 90/07(المؤرخ في 3افريل 1990،الجريدة الرسمية لسنة 1990، العدد 14، الصفحة 459، المعدل بموجب قانون 12/05)، في المادة 100منه على استثناء الإشهار من مجال تطبيقه و إحالته على قانون خاص الأمر الذي علي أساسه يمكن القول أن الإشهار الكاذب لا يعتبر من قبل الجرائم الإعلامية. وكان من المنتظر صدور قانون الإشهار في مطلع السنة الجارية إلى جانب قانون السمعي البصري و قانون سبر الآراء، إلا انه لم يسعفه الحظ للبروز وبقي مجرد حبر على ورق.

وفي انتظار صدور قانون ينظم الإعلان أو الإشهار سنعود إلى بعض القوانين والمراسيم وإلى مشروع قانون الإشهار لسنة 1999 وبطبيعة الحال إلى قانون العقوبات 06/23 و بالخصوص إلى المادة 372 منه[1] الخاصة بجريمة النصب بغية البحث عن الجزاءات التي يمكن تطبيقها على الإعلانات الكاذبة.

ومن هنا تبرز أهمية الموضوع حيث يمكن حصر ذلك في عدة نواحي منها:

أن موضوع النصب في الإعلان من المواضيع الجديدة و الهامة، لما له من خطورة تهدد مبدأ الائتمان في المعاملات التجارية وآثار سلبية على المستوى الاقتصادي للفرد والمجتمع بشكل عام، وهو من الموضوعات التي لم تنل حظها من البحث على مستوى الفقه الجنائي فدراستي له هو سعيا مني للمساهمة في توعية متلقي الإعلان وبالخصوص المستهلك، بمدى خطورته من خلال بيان ماهيته، وكيف يحترف المعلن هذا الشكل من الاحتيال من خلال إعلانات تظهر بمدح السلعة أو الخدمة ليكتشف بعدها أنه واقع ضحية نصب قام به المعلن الجاني .

كما تبرز أهمية الموضوع من زاوية أخرى في كون أن هذا النوع من التجريم لممارسات المعلن يتطلب من المشرع الموازنة بين مصلحتين، فمن جهة على المشرع وضع نصوص عقابية تكفل عدم المساس من قريب أو بعيد بحقوق متلقي الإعلان ومن جهة أخرى أن لا يكون هذا التشريع يتعارض مع حرية الإبداع وحرية التعبير اللذان هما جوهرا الإعلان. هذا وإن كان من الصعب حصر الإشكالات والتساؤلات التي يثيرها موضوع النصب في الإعلان، ومع ذلك يهمنا التساؤل حول كيفية تصدي المشرع الجزائي للاعتداءات الواقعة على متلقي الإعلان؟ وكيف سيفصل القضاء الجزائري في قضايا النصب في الإعلان التي أصبحت تعج بها المحاكم الجزائرية في ظل غياب نص تشريعي خاص يعاقب على الاحتيال الإعلاني ؟ وإلى أي مدى يمكن تطبيق النصوص التقليدية لجريمة النصب على مختلف صور النصب الناشئة عن الإعلانات الكاذبة ؟. وهل يمكن رسم سياسة جنائية وعقابية رادعة تؤمن للمعلن إليه حماية كافية من خطر الإعلانات المزيفة؟.

---

1 - المادة 372 من القانون رقم 06/23 المؤرخ في 20 ديسمبر 2006،المعدل و المتمم للأمر رقم 66/156 المؤرخ في 8 جوان 1966 المتضمن قانون العقوبات ،الجريدة الرسمية الصادرة في 24ديسمبر 2006،العدد 84،الصفحة 13، و التي تنص على مايلي:" - المادة 372 من قانون العقوبات الجزائري التي نصت على أنه " كل من توصل إلى استلام أو تلقى أموالا أو منقولات أو سندات أو تصرفات أو أوراق مالية أو وعود أو مخالصات أو إبراء من التزامات أو إلى الحصول على أي منها أو شرع في ذلك و كان ذلك بالاحتيال لسلب كل ثروة الغير أو بعضها أو الشروع فيه إما باستعمال أسماء أو صفات كاذبة أو سلطة خيالية أو عتماد مال خيالي أو بإحداث الأمل في الفوز بأي شيء أو في وقوع حادث أو أية واقعة أخرى وهمية أو الخشية من وقوع أي شيء منها يعاقب بالحبس من سنة على الأقل إلى خمس سنوات على الأكثر و بغرامة من 500 إلى 20.000 دج.
و إذا وقعت الجنحة من شخص لجأ إلى الجمهور بقصد إصدار أسهم أو سندات أو أذونات أو حصص أو أية سندات مالية سواء لشركات أو مشروعات تجارية أو صناعية فيجوز أن تصل مدة الحبس إلى عشر سنوات و الغرامة إلى 200.000 دج.

و في جميع الحالات يجوز أن يحكم علاوة على ذلك على الجاني بالحرمان من جميع الحقوق الواردة في المادة 14 أو من بعضها و بالمنع من الإقامة و ذلك لمدة سنة على الأقل و خمس سنوات على الأكثر".

حتى تتم الإجابة عن هذه الأسئلة سوف نعتمد في هذه الدراسة على المنهج التحليلي والذي يقوم على جمع المعلومات والنصوص القانونية والاجتهادات القضائية[1] والآراء الفقهية، ووضعها تحت مجهر النقد، كما أنني سأعتمد على المنهج المقارن محاولة مني لكشف محاسن وعيوب التشريع الجزائي الخاص بجريمة النصب عامة وبعض النصوص التي تعالج الإعلان بشكل غير مباشر.

و لعرض موضوع الدراسة يقتضي الأمر الاعتماد على المنهجية التالية:

لقد قسّم موضوع البحث إلى فصلين و فصل تمهيدي حدّدنا من خلاله الأحكام العامة للنصب في الإعلان، بداية لتعريف الإعلان و بعدها النصب و الإعلان الكاذب بشكل عام والعلاقة بينهما.

وفي الفصلين: تناولت في الفصل الأول الإعلان كوسيلة للنصب، وبيّنت الأركان الواجب توافرها في الإعلان الكاذب حتى يعد نصبا، وهي نفس الأركان الواجب توافرها في جريمة النصب كما حدّدها المشرع الجزائري من خلال المادة 372 من قانون العقوبات. وفي الفصل الثاني: توجّهت بالدراسة للمواجهة الجزائية للنصب الإعلاني، بداية بتحديد نطاق المسؤولية عن مرتكب النصب الإعلاني والجزاء المطبق عليه، وحتى تكتمل المواجهة لا بد من إجراء نوع من الرقابة على الإعلانات من قبل التجار والمهنيين والمعلنين، وفي الأخير تناولت دور بعض مؤسسات الدولة في التصدي للنصب الإعلاني إلى جانب الشرطة، والخاتمة التي ذكرت فيها أهم النتائج والتوصيات البحث.

الفصل التمهيدي: الأحكام العامة للنصب في الإعلان

نظرا لتطور التكنولوجيا وظهور وسائل حديثة لنقل الصورة والصوت من بينها التلفزيون والإنترنيت...الخ، تطور معها ميدان الإعلان وانتشر على نطاق واسع فأصبح ضرورة تتطلبها الحياة المعاصرة خصوصا للشركات والمؤسسات التي تحارب للبقاء في عصر يتطلب البقاء للأقوى، فالإعلانات المكثفة والإنتاج الكبير يساعد حتما هذه الشركات والمنشآت في البقاء والهيمنة على السوق، ويكمن أن نلمس فوائده أيضا حتى للمستهلك الذي يساعده على الاختيار، فهو مصدر إعلام له[2] عن السلع المعروضة في السوق، إلا أن هذا الدور الايجابي للإعلان بدأ ينحصر أمام الدور السلبي له والمتمثل في

---

[1] - ندرة الاجتهادات القضائية الجزائرية الخاصة بالاحتيال الإعلاني، وهذا راجع لحداثة الموضوع علي مستوي الساحة الجنائية.

الجانب التحريضي من خلال بث إعلانات لا تحمل الحد الأدنى من الصدق، كل الهدف منها هو سلب الناس أموالهم والنصب عليهم، وعلى هذا الأساس سنحاول من خلال هذا الفصل التمهيدي عرض الأحكام العامة لكل من النصب والإعلان من خلال تحديد ماهية كل منهما تمهيدا لموضوع الدراسة.

المبحث الأول: المقصود الإعلان وبيان أطرافه

الإعلان كمصطلح له عدة معاني منها الإظْهَار والمُظَاهَرَة وَالإفْشَاء وَهُوَ خلاَفُ السّر وَالإخْفَاء وَالكتْمَان، يُقال عَلَنَ الأمْرُ ويُعْلَنُ وَعَلاَنيَّة ظَهَرَ وَانْتَشَرَ خلاَفٌ خَفي وَأعْلَنَ بالعَدَاوَة أيْ جَهَرَ بهَا، وَالعَلاَنيَّة خلاَفُ السّر، يُقَال رَجل عَلاَنيَّة أيْ جَهَرَ أمْرَه أما الإعلان كنشاط تقوم به أجهزة الإعلام المختلفة هو نشر المعلومات أو البيانات عن السلعة أو الخدمة في وسائل النشر المختلفة بقصد بيعها أو المساعدة في بيعها.[1]

وفي نظر القانونيين أنه :"مختلف نواحي النشاط التي تؤدي إلي نشر أو إذاعة الرسائل الإعلانية المرئية أو المسموعة علي الجمهور بغرض حثه و ترغيبه على شراء سلعة خدمات أو من اجل توجيهه على التكفل الطيب للأفكار الأشخاص والمؤسسات المعلن عنها".[2] أو" هو علم وفن التقديم المغري للسلعة أو الخدمة أو الفكرة أو التسهيلات في جمهور المستهلكين بوسائل الإعلان المختلفة لسلوك الطريق الاستهلاكي الذي يرضى عنه المعلن والمنتج معا مقابل أجر مدفوع تبدو فيه صفة المعلن".[3] كما أنه عملية اتصال غير شخصي يتم تقديمها بواسطة جهة معلومة مقابل أجر مدفوع بهدف التأثير في سلوك المستهلك.[4]

---

2 - لابد أن يقتصر الإشهار علي سرد خصائص السلع المعروضة في السوق بكل موضوعية و الابتعاد عن كل ما هو ذاتي وتجنب المبالغة التي تمكن المستهلك من اختيار عن وعي ما يناسبه، انظر في ذلك ، جبالي و اعمر،حماية رضا المستهلك عن طريق (الوسم و الإشهار)المجلة النقدية للقانون و العلوم السياسية، كلية الحقوق ،جامعة مولود معمري ،العدد 02،تيزي وزو 2006، الصفحة 26.

1 - شاكر حامد علي حسن جبل، الإعلان التجاري والآثار المترتبة عليه في الفقه الإسلامي، دار الفكر الجامعي الإسكندرية، الطبعة الأولى 2009، الصفحة 2.

2 - شايكي سعدان و حفيظة مليكة ،الإشهار التجاري و حماية المستهلك ،ملتقي حول الحماية في مجال الاستهلاك ،كلية الحقوق ، جامعة وهران ،14و 15 ماي 2000،الصفحة 21،انظر في هذا المعنى،عبد الحميد محمد احمد ،الخداع التجاري في نظام مكافحة الغش التجاري السعودي ،مجلة الحقوق ،جامعة الكويت 04ديسمبر 1994،الصفحة 133.

3 - عبد المجيد الصالحين، الإعلانات التجارية- أحكامها وضوابطها في الفقه الإسلامي، مجلة الشريعة والقانون، العدد 21، يونيو 2004، الصفحات 25 و 26.

4 - JACQUES Chavez, pratique de la communication et de la publicité, édition eybolle, paris.SD, P .163

وعرفه البعض على أنه: "النشاط أو الفن الذي يستهدف إحداث تأثير نفسي على الجمهور، و ذلك تحقيقا لأهداف تجارية، أو أنه مجموعة الوسائل المستخدمة بقصد التعريف بمشروع صناعي أو تجاري لتسويق وترويج منتج ما"،[1] فهو يستهدف الاستحواذ على المستهلك وإيجاد أكبر قدر ممكن من التأثير النفسي عليه بقصد حث المستهلك وتحريضه على الاستهلاك لتحقيق أهداف وغايات تجارية عديدة ومتنوعة أهمها تنشيط الطلب على المنتجات والخدمات. لذلك لا يعد إعلانا الخطاب المرسل من التاجر إلى الشخص بعينه يطلب منه تقديم معلومات و اضاحات لأنها صورة تخلو من فكرة حث الجمهور ايجابيا على الاستهلاك ولا تتجاوز حدود العلاقة الفردية.[2]

ومنه فالإعلان كنشاط تقوم به وكالات الإعلان لا بد من وجود أدوات ووسائل لنقله إلى الجمهور، وعليه سنتطرق لماهية الإعلان(المطلب الأول) وأطرافه(المطلب الثاني).

المطلب الأول:المقصود بالإعلان

بالرغم من أن تعريف أي مؤسسة قانونية مضبوط بالفقه وليس بالتشريع إلا أنه ما من مانع إذا قام هذا الأخير بهذا الدور، إذ تعرضت بعض التشريعات المقارنة إلى جانب التشريع الجزائري في محاولة لتعريفه ،وما دام أن مشرعنا يستلهم عموما من القانون الفرنسي والقوانين العربية الأخرى، فإنه يكفي عرض التعاريف المقدمة بشأنه لمختلف هذه التشريعات، بداية بالتعرض لموقف التشريعات المقارنة من تعريف الإعلان إلي جانب التشريع الجزائري(الفرع الأول) ثم تمييز الإعلان عن بعض المفاهيم المشابهة له (الفرع الثاني).

الفرع الأول: موقف التشريعات المقارنة من تعريف الإعلان

سنعرض لمسلك التشريعات العربية من تحديد مدلول الإعلان وعلى رأسها التشريع الجزائري(أولا) ثم لموقف التشريع والقضاء الفرنسيين من تحديد مدلول الإعلان(ثانيا).

أولا: مسلك التشريعات العربية من تحديد مدلول الإعلان

1- تحديد مدلول الإعلان في التشريع الجزائري

---

1 - زاهية حورية سي يوسف، المسؤولية المدنية للمنتج، دار هومه،2009، الصفحات 140و 141.

2 GUINCHARD Serge., publicité commerciale et protection des consommateurs .,Juris- classeur - commercial, Fascicule 11(1989), p11.

لقد تطرق المشرع الجزائري لتعريف الإعلان في بعض المواد و سماه بالإشهار من خلال المرسوم التنفيذي رقم 90/39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش[3] من خلال المادة 02 الفقرة 8 منه على أنه :" جميع الاقتراحات أو الدعايات أو البيانات أو العروض الإعلانات أو المنشورات أو التعليمات المعدة لترويج تسويق سلعة أو خدمة بواسطة دعامة بصرية أو سمعية بصرية".

كما عرفته المادة 3 فقرة 3 من القانون 04/02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية[2] بأنه: " كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة " . وتناوله مشروع قانون الإشهار لسنة 1999 في المادة 2 منه على أنه: " يقصد بالإشهار الأسلوب الاتصالي الذي يعد ويقدم في الأشكال المحددة في هذا القانون، مهما كانت الدعائم المستعملة بقصد التعريف وترقية أي منتوج أو خدمة أو شعار أو صورة أو علامة تجارية أو سمعة أي شخص طبيعي أو معنوي" .

كما أصدر المشرع الجزائري مرسومان تنفيذيان الأول رقم 91/101[3] والثاني رقم 91/103 [4] اللذان نصا على الالتزامات المتعلقة بالإشهار، إلا أنهما لم يتطرقا لتعريفه واكتفى فقط المشرع من خلالهما بتبني القواعد العامة الواردة في مدونة القواعد الدولية المرعية في مجال الإعلان.[5]

---

3 - جريدة رسمية عدد 5 لسنة 1990.

2 - جريدة رسمية عدد 41 لسنة 2004.

3 - المؤرخ في 20 أبريل 1991 والمتضمن منح امتيازات الأملاك الوطنية والصلاحيات والأعمال المرتبطة بالخدمة العمومية للتلفزيون إلى مؤسسة عمومية للتلفزيون،الجريدة الرسمية 24ابريل 1991، العدد 19،الصفحة 621.

4 - المؤرخ في 20 أبريل 1991 والمتضمن منح امتيازات الأملاك الوطنية العقارية والمنقولة للصلاحيات والأعمال المرتبط بالبث الإذاعي السمعي إلى المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة، الجريدة الرسمية 24ابريل 1991،العدد 19، الصفحة 631.

5 - تتمثل هذه المبادئ في:

*وجوب أن تكون الرسالة الإشهارية مطابقة لمقتضيات الصدق واللياقة واحترام الأشخاص.

*ابتعاد الإعلان عن جميع أشكال الميز العنصري، أو الجنسي أو الإشارة إلى العنف أو استخدامه بشكل مباشر أو غير مباشر.

*عدم تضمن الرسالة الإعلانية لأي عنصر من شأنه أن يؤدي إلى خدش القناعات الدينية أو الفلسفية أو السياسية للأفراد.

*ابتعاد الإعلان عن تضليل المستهلك بشكل مباشر أو غير مباشر سواء بطريق الترك أو الغموض أو المبالغة.

وما يستنتج من خلال هذه التعاريف، هو محاولة إعطاء تعريف للإعلان حتى وإن كان تعريفا سطحيا، إلا انها ذكرت الأهم من خلال إيرادها لوظائف الإعلان وأهميته في الحياة العملية.

2: تحديد مدلول الإعلان في التشريعات العربية الأخرى

بداية بالتشريع المصري فإن القانون رقم 66 لسنة 1956 الخاص بتنظيم الإعلانات جاء لينظم نوع واحد من الإعلانات وهي الإعلانات الثابتة، فنص على انه :" يقصد بالإعلان في نطاق أحكام هذا القانون أية وسيلة أو تركيبة أو لوحة صنعت من الخشب أو المعدن أو الورق أو القماش أو البلاستيك أو الزجاج أو أي مادة أخرى و تكون معدة لغرض النشر بقصد الإعلان حيث تشاهد من الطريق أو خارج وسائل النقل العام".[1]

وبعدها تم إصدار قانون 67 من سنة 2006 المتعلق بحماية المستهلك وجاء هذا القانون ليعرف المعلن دون الإعلان. أما القانون السوداني فقد تطرق للإعلان في قانون الصيدلة والسموم لسنة 2001 والذي نص على أنه: " أي تنبيه أو نشرة أو منشور، أو ديباجة أو ملصقة أو مطبوع أو بيان يصدر كتابة أو بواسطة وسيلة تعمل عن طريق إصدار أو نقل الصوت أو الضوء".كما جاء القانون اللبناني خاليا من أي نص يعرف الإعلان واكتفى فقط بتحديد الإعلان الخادع والمضلل.[2]

فيتكون الإعلان انطلاقا من هذه التعريفات من عنصران هما :العنصر المادي المتمثل في كل نشاط أو فعل أو كل استخدام لأداة التعبير تدرك بالحواس، والعنصر المعنوي المتمثل في تحقيق الربح من ورائه، كما أن محله الذي يكون إما سلعة[3] أو

---

*عدم استغلال الإعلانات لسذاجة الأطفال أو نقص خبرة المراهقين، وعدم إلحاق بهم أي ضرر جسمي أو ذهني، أو أخلاقي.

1 - شريف محمد غنام،التنظيم القانوني للإعلانات التجارية عبر شبكة الانترنت،دار الجامعة الجديدة 2008 الصفحة 21 .

2 - خالد مصطفى فهمي،الضوابط القانونية و الأخلاقية للإعلان بين النظرية والتطبيق (دراسة تحليلية مقارنة) ،دار الجامعية الجديدة للنشر، الاسكندرية 2007، الصفحة 7.

3 - جاء قانون 09-03 ليعرف السلعة في المادة 3 منه على أنها:" »كل شيء مادي قابل للتنازل بمقابل أو مجانا ".الصفحة 14.

خدمة[1] تقدم للمستهـلك وتفهم الخدمات هنا بمفهوم واسع بحيث تشمل أنشطة متنوعة مثل أعمال وكالات السياحة والأسفار وتنظيم العروض والمؤتمرات .[2]

ثانيا: موقف التشريع والقضاء الفرنسيين من تحديد مدلول الإعلان

1: موقف المشرع الفرنسي من تحديد مدلول الإعلان

لقد تطرقت المادة 3- L581. من قانون البيئة المنصوص عليها في القـانون رقـم 1150- 79المـؤرخ فـي 29 ديسـمبر 1979 لتحديـد الإعلان بقولهـا:"يعتـبر إعلانـا باستثناء الإشارات، كل تسجيل أو صورة مخصصة لإعلام الجمهور أو لفت انتباهه، وتم اتخـاذ التـدابير اللازمـة مـن أجـل تلقـي هـذه التسـجيلات، الأشـكال، والصـور باعتبارهـا إعلانات رئيسية".

إلا أن هذا التعريف استثنى الإشارات من مفهوم الإعلان و جاءت المادة 3- 581. L لتخلط الإعلان مع مفهوم السند الإعلامي " le support publicitaire".[3]

فالمشرع الفرنسي لم يتطرق لتحديد مدلول الإعلان تحديدا دقيقا مـن خلال عرضـه لماهيته وعناصره وإنما استخدم لفظا عاما يعكس رغبة المشرع الفرنسي في عدم حصـر مفهوم الإعلان في نطاق ضـيق، حيـث اسـتعملت مدونـة الاسـتهلاك الفرنسـي فـي متنهـا عبارات عامة تفيد الشمول والعموم فاستخدمت المـادة -1121. L لفـظ كـل إعلان دون تفصيل أو تخصيص، مما دفع بعض الفقه الفرنسي إلى القول بـأن مقصـود المشـرع مـن هذا الإيهام و عدم التفصيل ترك مهمة تحديد مدلول الإعلان للفقه والقضاء.[4]

ومـن جهـة أخـرى اعتـبر أن إعطـاء مفهـوم قـانوني للإعلان يصـعب تحديـده، لأن تعريف الإشهار من الناحية القانونية يؤدي إلى الوقوع في الخلط بين ما يدخل في مفهوم تطوير المبيعات والإشهار بمفهومه الضيق.[5]

2- موقف القضاء الفرنسي من تحديد مدلول الإعلان

---

1 - عرف قانون 09-03 الخدمة في المادة 3 منه على انها :"كل عمل مقدم ،غير تسليم السلعة،حتى و لـو كـان هـذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة المقدمة"،الصفحة 14.

2 - عبد الفضيل محمد احمد،الإعلان عن المنتجات و الخدمات من الوجهة القانونية، مكتبـة الجلاء، 1999، الصـفحة 24.

3 ART 581-3: " constitue une publicité, à l' exclusion des enseignes et des préenseignes, toute - inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention; les dispositifs tout le principal objet est de recevoir les dites inscriptions , formes ou images étant assimilées à des publicités".
GUY Raymond. ,publicité :régles générales ,Juris classeur commercial, entreprise et- consommateur ,Fascicule, 930(9/2002) p3.

4 - CHAVANNE Albert ; publicité fausse(ou de nature à induire en erreur)J.C.P.1994 , N° 8,p5.

لقد تواترت أحكام القضاء الفرنسي على الأخذ بالمفهوم الموسع للإعلان، حيث أوردت المحكمة العليا الفرنسية تعريفا له على أنه، يشمل كل وسائل المعلومات التي تستهدف جذب العملاء أو إعطاء انطباع أو حتى مجرد فكرة عن النتائج التي يعول عليها من الأموال والخدمات المطروحة للبيع،[1] ويدخل ضمن هذا الإطار الإعلان الذي يتخذ شكل من أشكال الكتابة يهدف فيه المعلن إلى جذب العملاء بصرف النظر عن الأداة أو الوسيلة المستخدمة، فقد حكم بان العبارات الواردة على غلاف البضاعة أو بطاقة الدخول إلى المطعم تعتبر في حد ذاتها إعلانا.[2]

إضافة إلى ذلك ممكن أن يتسع شكل الكتابة ليشمل العلامة أو الماركة التجارية فهي: " كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لا سيما الكلمات بما فيها الأسماء، الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع وتوضبيها والألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتمييز السلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره".[3] ،فالماركة التجارية أو العلامة تعتبر إعلانا فهي تقوم بوظيفة تمييز المنتجات بالتدليل علي مصدرها أو نوعها فلها دور في جذب العملاء، فالمشترى عندما يقدم على الشراء فهو بلا شك يربط بين العلامة وبين خصائص السلعة فهي علامة للجودة هدفها جذب العملاء.[4]

كما توسع قضاة محكمة النقض و قضاة محكمة الموضوع الفرنسية، لتعريف الإعلان وذلك بصدد تعرضهم لمسألة " الإعلان الخادع" استنادا إلى المادة 1- 121 L . من قانون حماية المستهلك الفرنسي، فعرفته محكمة النقض الفرنسية على أنه : "يعتبر إعلانا حسب قانون 27 ديسمبر 1973 كل وسيلة إعلام موجهة أو مخصصة بشكل تجعل زبونا عرضيا أو ثانويا، بإبداء موقف حول المزايا أو النتائج المرجوة من سلعة أو خدمة معروضة للجمهور".[5] كما اعتبرت ذات المادة إعلانا كل ما ينشر من

---

5 - GUY Raymond,*op.cit*, p 3.

1 - انظر، خالد موسى توني،الحماية الجنائية للمستهلك من الإعلانات الخادعة، دار النهضة العربية، الطبعة الأولى ، 2007.

2 - CRIM, 21mai1974.,p579.,note robert. T. paris ,20 decembre 1968 ,G. p1969 ., 11. ,p319. ,note (fourgoux(J.c.

3 - المادة 2 الفقرة 1 من الأمر 03/06المتعلق بالعلامات، المؤرخ في 19جويلية 2003، الجريدة الرسمية 23يوليو 2003 العدد 44 لسنة 2003 ، الصفحة 22.

4 - احمد السعيد الزقرد، الحماية المدنية للمستهلك من الدعاية التجارية الكاذبة والمضللة، دار الجامعية الجديدة 2007 ،الصفحة 17و 18.

5 - " constitue une publicité; au sens de la loi du 27 décembre 1973; tout moyen d'information

معلومات عن السلعة في أي من الوسائط التالية : دليل الهاتف ، الفواتير و البطاقات الإعلامية للمنتجات.[1]

أما فيما يخص محكمة الاستئناف "Aix- en-Provence " فأعطت مدلولا واسعا للإعلان ولم تحصره فقط في الرسائل الإعلانية الجماعية، وذلك بقولها أن الإعلان لا يشمل فقط الرسائل الجماعية، وإنما يشمل كل ما من شأنه ترويج منتوج معين ولو شفاهة من شخص إلى آخر، لكن يجب أن تكون الرسالة الموجهة بهدف" إعلاني" وليس "إعلامي".[2]

و تأثرت التوجيهة الأوروبية رقم 84/ 450 بما وصل إليه التشريع والقضاء الفرنسيين، فأوردت تعريفا للإعلان على أنه : " كل صورة من صور الاتصال التي يتم اللجوء إليها بخصوص مزاولة نشاط تجاري، صناعي، حرفي، أو مهنة حرة تهدف إلى ترقية، وتطوير عملية ترويج المنتجات والخدمات، بما فيها المنقولات، الحقوق، والالتزامات "،فيتضمن هذا التعريف كل ما يدخل في مفهوم ترقية المبيعات.[3]

وبالتالي فمعظم هذه التعاريف وسعت في مفهوم الإعلان ،ولم تكتفي فقط بتحديد وسائله بل ذهبت أبعد من ذلك خصوصا عند قولها "كل ما من شأنه إعطاء وإبداء موقف حول مزايا السلعة وفوائدها"، كما بينت أنه إلى جانب استعمال الأدوات المعروفة لتوصيل الرسالة الإعلانية يمكن توصيلها بأبسط الطرق، عن طريق ترويج المنتجات شفاهة من شخص لآخر، وهو ما أصطلح على تسميته بالاتصال المباشر أو البيع الشخصي لكن يشترط أن تكون الرسالة ذات طابع إعلاني وليس إعلامي نظرا للاختلاف الكبير بين المصطلحين والهدف منه .

الفرع الثاني: تمييز الإعلان عن بعض المفاهيم المشابهة له

بعد تعريف الإعلان تبين أنه يختلف عن بعض المفاهيم المقاربة له، والمتمثلة في الدعاية من جهة (أولا)، والإعلام من جهة أخرى (ثانيا).

أولا- الإعلان والدعاية

الدعاية هي أحد أنواع الاتصالات التي تهدف إلى التأثير في سلوك القارئ أو المستمع من خلال وسائل الاتصال العامة، ولكنها تختلف عن الإعلان من ناحيتين

---

destiné à permettre à un client potentiel de se faire une opinion sur les résultats qui peuvent être attendus du bien ou du service proposé" .GUY Raymond.,*op-cit*,p3.

1
- PRADEL Jean, droit pénal économique ,2éme éd, Dalloz 1990, p.58.

2
- GUY Raymond.,*op-cit,*p3.

3
- toute forme de communication faite dans le cadre d'une activité commerciale, industrielle, artisanale, ou libérale dans le but de promouvoir la fourniture de biens ou de services; y compris les biens immeubles, les droits et les obligations", GUY Raymond.,*op-cit*.,p3.

هامتين، الأولى: كونها مجانية لا تهدف إلى تحقيق كسب مادي، والثانية: أن شخصية المعلن لا تكون ظاهرة في الرسالة أو مضمون الدعاية، إضافة إلى ذلك المعلن في إعلانه يفصح عن شخصيته ويدعو القارئ أو المستمع إلى إتباع سلوك محدد، وبالتالي يرتبط اسمه في ذهن القارئ لمضمون الرسالة الإعلامية، أما في الدعاية فإن متلقي الرسالة لا يستطيع تحديد مصدر المعلومات المرسلة إليه، وهنا قد تتأثر فعالية الدعاية إلى حد كبير ، حتى يثور الشك في ذهن المستهلك حول مدى جدية وصحة تلك المعلومات نظرا لأن مصدرها مجهول.[1]

ثانيا- الإعلان والإعلام

الإعلام بمعنى الإخبار، وهو إيصال الخبر إلى شخص أو طائفة من الناس، وبالتالي دوره يكمن في نشر الحقائق والمعلومات والأخبار بين الجمهور بقصد نشر الثقافة وتنمية الوعي السياسي والاجتماعي وليس بقصد الربح، ولذلك يعتبر وسيلة من وسائل الربط والاتصال بين الأفراد.

لكن الإعلان يتميز عن الإعلام من ناحية الهدف، بحيث أنه يهدف إلى العمل على رواج المنتجات والخدمات بين الجمهور المخاطبين حتى يتم الإقبال على الشراء، بينما الإعلام لا يهدف إلى ذلك بل يعمل على تكوين فكرة معينة أو دعم الثقة في نظام معين.[2]

وبناء على هذا فالإعلان التجاري في صورته المثالية يعد نوعا من الإعلام الاقتصادي، باعتبار أن الإعلان رسالة من المعلن إلى الجمهور تتناول خصائص سلعة أو منتج معين.[3]

وعليه فبعد تبيان الفرق بين المصطلحات الإعلام، الدعاية والإعلان تبين أن هذا الأخير يختلف معها في عنصر جوهري وهو ضرورة تحقيق الربح إذ بدونه يتحول الإعلان إلى مجرد إعلام عن منتجات والخدمات، إذن فعنصر تحقيق الربح هو العامل المميز في الإعلان الذي يسعى من ورائه المعلن.

المطلـــب الثاني: أطراف الإعلان

حتى تخرج الرسالة الإعلانية إلى الوجود هناك أطراف تساهم في إعدادها وإيصالها إلى الجمهور، من اجل أن تقوم بالدور المنوط بها ،وهو الترويج والتسويق للسلع والخدمات فتتمثل هذه الأطراف في المعلن ووكالات الإعلان(الفرع الأول) وأدوات الإعلان(الفرع الثاني).

---

1 - علي السلمي، الإعلان، مكتبة غريب، القاهرة 1978، الصفحة 13.

2 - خالد ممدوح إبراهيم، امن المستهلك الالكتروني، الدار الجامعية للنشر، الإسكندرية 2008 ، الصفحة 110 و 111.

3 - شاكر حامد علي حسن جبل، المرجع السابق، الصفحة 5.

الفرع الأول:المعلن ووكالات الإعلان

يتم إعداد الرسالة الإعلانية من طرف المعلن نفسه أو أن يقوم هذا الأخير بتوكيل جهة إعلانية مهمة هذا العمل وتسمي بوكالة الإعلان، ومن خلاله سنتطرق لكل من المعلن (أولا) ثم وكالة الإعلان (ثانيا).

أولا- المعلن: Annonceur

لم يعرف قانون حماية المستهلك الجزائري المعلن الذي هو طرفا في العملية الاستهلاكية مثلما فعلت بعض التشريعات المقارنة ،لكن بالرجوع إلي المادة 6 من مشروع قانون الإشهار لسنة 1999نجدها قد عرفته على انه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يدرج إعلانا اشهاريا أو يوكل الغير بإدراجه و هو كل محترف يستخدم الإشهار في سبيل التعريف بمنتوج أو خدمة بهدف جلب العملاء".

كما تناوله القانون الاتحادي لدولة الإمارات رقم 24 لسنة 2006 بشأن حماية المستهلك على أنه: "كل من يعلن عن السلعة أو الخدمة، أو يروج لها باستخدام مختلف وسائل الإعلان والدعاية"، وعرفه القانون اللبناني الصادر بالمرسوم 13068 لسنة 2004 بشأن حماية المستهلك على أنه: "كل شخص يطلب بث أو نشر الإعلان بواسطة أي وسيلة كانت".وعليه فالمعلن هو تاجر فرد، أو شركة،أو كل محترف،[1] أو أي شخص يقدم الإعلان في سبيل ترويج منتج أو خدمة، أو أي غرض آخر، والمعلنون هم أساس صانعوا المنتجات أو الخدمات أو المتعاملين فيها بالتوزيع، والذين يشترون الحيز الإعلاني من أدوات نشر الإعلانات، أو الذين يتم شراء هذا الحيز لحسابهم.[2]

ثانيا- وكالة الإعلان Agence de publicité

عادة ما يعهد المعلن سواء كان منتج أو موزع نشاطه الإعلاني إلي وكالة تسمى وكالة الإعلان فهي بمثابة وسيط بين المعلن ووسيلة النشر، كما أنها منشآت متخصصة تعمل في خدمة النشاط الإعلاني للمعلنين، إذ تتولى تخطيط وتنفيذ الحملات الإعلانية للمنتج، وتشتري لحسابه الحيز الإعلاني من دور النشر المختلفة، أو المدة الزمنية في وسائل الإعلان المسموعة والمرئية، إلا أنه وبالرجوع إلى المعلن المحلي نجده لا يلجأ

---

1 - عرفت المادة 02 الفقرة الأولى من المرسوم التنفيذي رقم 90- 266 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات(المؤرخ في 15سبتمبر 1990،الجريدة الرسمية لسنة 1990 ،العدد 40، الصفحة 1246) المحترف على انه :"كل منتج أو صانع أو وسيط أو حرفي أو تاجر أو مستورد أو موزع و على العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته في عملية عرض المنتوج أو الخدمة للاستهلاك ".

2 - انطوان الناشف ،الإعلانات و العلامات التجارية بين القانون و الاجتهاد، دراسة تحليلية شاملة منشورات الحلبي الحقوقية 1999 ،الصفحة 45.

إلى هذه الوكالة فهو يتصل مباشرة بالعملاء مثله مثل المعلن المهني الذي بدوره يتعامل مع فئة معينة كالأطباء والصيادلة.[1]

الفرع الثاني: أدوات الإعلان Le support publicitaire

هي الوسيلة أو الوساطة المستخدمة لنقل الرسالة الإعلانية من المعلن إلى الجمهور، وقد تكون هذه الأداة جهاز أو آلة كالراديو، التلفزيون، الانترنيت، وقد تكون وسيلة بسيطة ومباشرة كالمعارض والهدايا، فالأداة الإعلانية تشمل كل وسيلة تستخدم لجذب الجمهور نحو منتج أو خدمة ما.[2]

وعليه يمكن تصنيف أدوات الإعلان إلى أنواع:[3]

ـ الإعلانات الصحفية: الصحف هي كل ما يطبع على الورق، ويوزع في مواعيد دورية، وهي تتقسم من حيث المظهر والطبيعة إلى جرائد، ومجلات، ومن حيث مواعيد صدورها إلى يومية، أسبوعية، شهرية، ونصف شهرية و دورية.

ـ الإعلانات السمعية البصرية: وهي تشمل الإعلانات عن طريق الإذاعة، التلفزيون السينما، الانترنيت وغيرها من طرق العرض.

ـ الإعلانات الثابتة: ويقصد بها كافة الملصقات والألواح الضوئية المعلقة والمثبتة والخرائط الإرشادية المضيئة.

وهناك أدوات لا تدخل ضمن الأنواع المذكورة سابقا كواجهات المحلات vitrines، الهدايا والعرض في مكان البيع،دليل الهاتف....الخ.[4]

ومما تم التوصل إليه أن للإعلان وظيفة أساسية تتمثل في ترويج السلع والخدمات ووسيلة اتصال بين المنتجين والعملاء ،فهو يهدف إلي تحسين نوعية السلع والخدمات وأداة للمنافسة المشروعة بين التجار، إلا أن تجاوز هذا الدور يمس بالقواعد الأساسية للإعلان فيتحول من إعلان نزيه وشريف إلى إعلان كاذب وخادع الهدف منه تضليل المستهلك والنصب عليه.

المبحث الثاني: الإعلان الكاذب وجريمة النصب

لما كانت الإعلانات الكاذبة من المواضيع الخطيرة والمهمة لما لها من تأثير سلبي على المستهلك والمنافسة الحرة بشكل عام، الأمر الذي دفع معظم التشريعات أن تتبنى في متون قوانينها العقابية نصوص تجرم هذا النوع من الإعلانات وتعاقب عليه كلما

---

1 - عبد الفضيل محمد أحمد،المرجع السابق، الصفحة 153.

2 - علي السلمي ، المرجع السابق، الصفحة 18.

3 - أنطوان الناشف، ، المرجع السابق، الصفحة 46.

4 - FABRE Regres., Droit de la publicité et de la promotion des ventes, Dalloz 1996. p30.
- إسماعيل قاسمي،المرجع السالف الذكر،الصفحة 01.

أثبت الخرق من جانب المعلن الجاني وتشديد العقوبة إذا وصل الأمر إلى حد سلب الجمهور ماله والنصب عليه، وبما أن الإعلان الكاذب مرتبط أشد الارتباط بالنصب كان من الواجب أن نخصص هذا المبحث للتعريف به ،إضافة إلى ذلك أن دراسة الإعلان الكاذب أمر لا بد منه للتمهيد لجريمة النصب عبر الإعلانات المزيفة، لذلك سنقسم هذا المبحث إلى مطلبين:

المطلب الأول: ماهية النصب.

المطلب الثاني: المقصود بالإعلان الكاذب وعلاقته بجريمة النصب.

المطلب الأول:مفهوم النصب

يطلق النصب على التَّعَب وَالإعيَاء جَاءَ في لسَان العَرَب عَلَى أَنَ:" النَصْب الاسْتِيَاء مِنَ العَنَاءِ وَهُوَ وَضْعُ الشَيْءِ وَرَفْعِهِ وَنَصْبِهِ يَنْصِبُهُ نَصْبًا وَنَصَبَهُ فَانْتَصَبَ وَيُقَال نَصَبَ فُلاَنْ لِفُلاَن نَصْبًا إِذَا اِقْتَصَدَ لَهُ وَعَادَهُ وَتَجَرَّدَ لَهُ".[1]

أما النصب كجريمة عرف منذ القدم،[2] فالمجتمعات القديمة كانت تعرف هذا النوع من الجرائم وتطور بعدها بتطور الزمن، فاتخذ صورا متعددة وتنوعت أساليب المحتال ونشطت وسائله، وبالأخص في نطاق الشركات الوهمية والتلاعب في عقود التأمين وقيمة العملة وعملية البنوك و بوجه عام في أمور البيع والشراء.[3]

---

1 - عبد العزيز بن عبد الرحمان الشبرمي، جريمة النصب و الاحتيال ،السبت 4افريل 2009،مقال منشور على الموقع التالي: www.islamtoday.net

2 - تعتبر جريمة النصب من الجرائم الكلاسيكية القديمة إلي جانب جريمة السرقة و خيانة الأمانة، إلا أنها تختلف عنهما في كون أن المال المستولى عليه في جريمة النصب و الاحتيال لا يؤخذ خلسة من مالكه أو واضع اليد عليه أو حائزه بدون رضاه، مثلما هو الحال عليه في جريمة السرقة، ذلك انه إذا كان السارق يلجا عادة إلى التخفي واستعمال أسلوب الخلسة أو العنف كوسيلة لأخذ مال الغير ، فان المحتال يلجا إلى أسلوب التضليل ووسائل الخداع التي تجعل الضحية يسلم ماله إلى المتهم راضيا مطمئنا اعتقادا منه أن الوسائل التي استعملها المتهم صحيحة.

أما خيانة الأمانة فإنها جريمة تقوم على أن يسلم الضحية أمواله إلى المتهم تسليما طوعيا ليس لأنه كان متأثرا بأسلوب من أساليب الخداع التي يمارسها عليه المتهم ، وإنما استنادا إلي قيام عقد من عقود الائتمان المنصوص عليها في القانون المدني مثل الوديعة و العارية إذ لولا هذا العقد لما سلم الضحية أمواله إلي المتهم ،و لما تمكن المتهم من خيانة الأمانة ، ومن اخذ أموال الغير بالباطل. عبد العزيز سعد ، جرائم الاعتداء علي الأموال العامة والخاصة ، دار هومه 2005 ، الصفحة 118 .

فاختلفت بعض التشريعات حول إمكانية تعريفه ، فالبعض عرفه و البعض الأخر لم يورد أي تعريفا له في متون قوانينه العقابية، وهو في الحقيقة مسلك حسن ومحمود لمثل هذه الجريمة لأنها تخضع لتطورات الزمن وتسايره ومنه سنحاول ذكر لبعض هذه التعريفات (الفرع الأول) ثم تفريد النصب عن بعض الألفاظ ذات الصلة به (الفرع الثاني) .

الفرع الأول: المفهوم القانوني للنصب

لم يعرف المشرع الجزائري النصب واكتفى فقط بالنص عليه من خلال المادة 372 من قانون العقوبات الجزائري، وهو بهذا قد سلك مسلك المشرع الفرنسي من خلال المادة 313 من قانون العقوبات الفرنسي.[1]

وتطرقت لتعريفه بعض التشريعات المقارنة و منها التشريع البحريني ،فقد عرفه بموجب المادة 242 من قانون العقوبات علي انه: " كل بيان أعطى عن أمر واقعي ماضي، أو حاضر مع علم الشخص الذي أعطاه بأنه كاذب أو مع عدم إقناعه بصحته، وكل إخفاء مقصود، أو بيان كاذب مقصود عن صحة أمر يعتبر احتيال على الناس "، وكذلك عرف الاحتيال في المادة 231 من قانون الجزاء الكويتي بأنه: "كل تدليس يقصد به إيقاع شخص في الغلط الذي كان واقعا فيه، لحمله على تسليم مال في حيازته، و يترتب عليه تسليم المال للفاعل أو لغيره، سواء كان التدليس بالقول أو الكتابة، أو بالإشارة".[2]

كما أن الفقه حاول إعطاء تعريفا له فالبعض عرفه على أنه" الاستيلاء على الحيازة الكاملة لمال الغير بوسيلة يشوبها الخداع تسفر عن تسليم ذلك المال"،[3] والبعض الآخر عرفه على أنه: "استعمال الجاني وسيلة من وسائل التدليس المحددة على سبيل الحصر

---

3 - أحمد أبو الروس، جرائم السرقات والنصب وخيانة الأمانة والشيك بدون رصيد، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية 1996، الصفحة 300.

1 - Art.313-1 c. pénal : « l'escroquerie est le fait, soit par l'usage d'un faux nom ou d'une fausse qualité, soit par l'abus d'une qualité vraie, soit par l'emploi de manœuvres frauduleuses, de tromper une personne physique, ou morale et de la déterminer ainsi, à son préjudice ou au préjudice d'un tiers, à remettre des fonds, des valeurs ou un bien quelconque, à fournir un service ou à consentir un acte opérant obligation ou décharge.

« L''escroquerie est punie de cinq ans d'emprisonnement et de 375000 euros ».

2 - رحال عبد القادر ،جريمة النصب و الاحتيال بين الشريعة و القانون، ماجستير بن عكنون الجزائر، 2009/2010،الصفحة 24الي 25.

3 - المرصفاوي حسن صادق، قانون العقوبات الخاص، منشأة المعارف، الإسكندرية، 1991، الصفحة 395.

وحمل المجني عليه بذلك على تسليم الجاني مالا منقولا مملوكا للآخرين"، وأنه "الاستيلاء على مال الغير بطريقة الحيلة بنية تملكه".[1]

الفرع الثاني: الألفاظ ذات الصلة بالنصب

قد يختلط النصب ببعض الألفاظ المتقاربة منه وذات الصلة به، ومنها الخداع التدليس والغش ولذلك سنتطرق لكل من، الخداع والتدليس (أولا) ثم الغش (ثانيا).

أولا: الخداع والتدليس

1- الخداع: هو أن يخدع أحد المتعاقدين الآخر بوسيلة موهمة قولية أو فعلية تحمله على الرضا في العقد بما لم يكن ليرضى به لولاها، فالخداع في المجال الجنائي يتخذ صورتين الأولى بسيطة تتمثل في الخداع الذي لا يقترن بأي طرق مميزة لإخفائه، والثانية تتمثل في الخداع المشدد ويكون عندما يحاط بعناصر خارجية أو حبك مسرحي أو أسماء مزورة أو صفات كاذبة تؤيد الإدعاءات الكاذبة، وعليه فالخداع البسيط هو الذي تقوم به جريمة الخداع لأنه انبنى على طرق تدليس يمكن اكتشافها، أما الخداع الجسيم أو المشدد هو الذي تقوم به جريمة النصب، ولذلك يمكن القول بأن الخداع صورة مخففة من النصب، ويمكن أن يتحول إلى جريمة النصب إذا ارتبطت به ظروف جسيمة، فأوجه التشابه بينهما تكمن في التأثير علي نفسية المجني عليه وإصابة إرادته بعيب الرضا، إلا أن الغاية من كل منهما تختلف، فغاية الجاني في جريمة النصب هي الاستيلاء على كل أو بعض أموال المجني عليه، أما فيما يخص جريمة الخداع فهي تحقيق كسب غير مشروع في عملية تجارية سليمة في ظاهرها.[2]

2- التدليس: هو إيقاع المتعاقد في غلط يدفعه إلى التعاقد، أو هو إغواء العاقد وخديعته ليقدم على التعاقد ضانا أنه في مصلحته والواقع خلاف ذلك، والتدليس إذا ارتقى بطرقه إلى الأفعال الإجرامية، فإنه بلا شك يكون مكونا لجريمة تدليس جنائي أما إذا لم يرتق إلى أفعال إجرامية وفي مجال انعقاد العقود المدنية أو التجارية فإنه يكون تدليسا مدنيا.[3]

ثانيا: الغش

---

1 - محمد الشناوي، المرجع السالف الذكر، الصفحة 5.

2 - رضا متولي وهدان، الخداع الإعلاني وأثره في معيار التدليس، دار الفكر العربي والقانون، 2008،الطبعة الأولى، الصفحة 31و 32.

3 - شاكر حامد علي حسن جبل، المرجع السابق، الصفحة 66.

الغش هو أن يوهم وجود مفقود مقصود وجوده في المبيع، أو يكتم وجود موجود مقصود فقده كأن يُرْقِم على سلعة أكثر من ثمنها وبيع بالثمن الأصلي ليوهم للمشتري الغلط على نفسه ،فالغش هو إظهار خلاف ما أظهره مع تزين المفسدة أو هو يتعلق أساسا بالبضاعة، ويكون بعد تكوين العقد أو خارجا عن أساس الانعقاد أو موضوع العقد والهدف من منع الغش هو الحماية من البضائع المغشوشة، فالغش في ذات السلعة المبيعة يكون بتسليم سلعة أقل في مادتها أو مواصفاتها، أو أصل منشئها أو مقدارها على غير تلك التي تم الإعلان عنها، والغش بهذا يقترب من النصب في الأثر المترتب عليهما، فإذا كان النصب أكاذيب وحيل تهدف إلى الاستيلاء على المال، إلا أنها عناصر مستقلة بذاتها، أما الغش يهدف إلى الاستيلاء على المال الذي يزيد بكثير عن ثمن السلعة أو تسويق سلعة رديئة لا تتفق في مواصفاتها مع السلعة المعلن عنها.[1]

ونخلص إلى أن الألفاظ النصب، الخداع، الغش والتدليس متقاربة من بعضها البعض وتدور كلها حول كتمان المعيب وإخفاء الحقيقة وجوهرها أكل أموال الناس بالباطل دون تحقيق الرضا الحقيقي مستعملا في ذلك الجاني مظاهر ساحرة لها القوة في التأثير على عامة الناس.

المطلب الثاني: المقصود بالإعلان الكاذب وعلاقته بجريمة النصب

يقابل الوجه الايجابي للإعلان بما يحمله من سرعة في تسويق السلع والخدمات وجذب الطلب عليها وجه سلبي له يخفي في طياته ألوانا من الكذب والخداع، فيعمل على سلب إرادة المستهلك والتحكم فيها بدفعه لشراء سلعة لم يكن في الأصل متجها لشرائها، ولا تحمل الحد الأدنى من المواصفات المعلن عنها، بل وفي كثير من الأحيان لا وجود للسلعة أو الخدمة المعلن عنها، وعليه سنتوجه بالدراسة لمقصود الإعلان الكاذب (الفرع الأول) ثم بيان علاقته بجريمة النصب (الفرع الثاني).

الفرع الأول: المقصود بالإعلان الكاذب

لقد تناول المشرع الجزائري الإعلان الكاذب من خلال القانون 04/02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية[2] بموجب المادة 28 منه بقوله:" دون الإخلال بالأحكام التشريعية والتنظيمية الأخرى المطبقة في هذا الميدان ،يعتبر إشهارا غير شرعي وممنوع كل إشهار تضليلي لا سيما إذا كان :

1- يتضمن تصريحات أو بيانات أو تسهيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتوج أو خدمة أو بكميته أو وفرته أو مميزاته.

---

1 - رضا متولي وهدان، المرجع السابق، الصفحة 34و 35.

2 - جريدة رسمية عدد 41 لسنة 2004.

2- يتضمن عناصر يمكن أن تؤدي إلى الالتباس مع بائع آخر أو مع منتجاته أو خدماته أو نشاطه.

3- يتعلق بعرض معين لسلع أو خدمات في حين أن العون الاقتصادي لا يتوفر على مخزون كافي من تلك السلع أو لا يمكنه ضمان الخدمات التي يجب تقديمها عادة بالمقارنة مع ضخامة الإشهار"

كما نصت المادة 16 من المرسوم التنفيذي 90/366 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها[1] على الابتعاد عن أي أسلوب للإشهار من شأنه أن يدخل لبس في ذهن المستهلك لا سيما حول طبيعة المنتوج وتركيبته الأساسية ومقدار العناصر الضرورية.

وبادر مشروع قانون الإشهار لسنة 1999 لتعريفه من خلال المادة 41 منه على انه:" كل إشهار يتضمن ادعاءات أو إشهارات أو عروض خاطئة من شأنها أن تخدع المستعمل للمواد أو الخدمات".

أما المشرع الفرنسي فقد عرف الإعلان الكاذب من خلال نص المادة L .121-1 من مدونة الاستهلاك الفرنسي بقولها:" يمنع كل إعلان يتضمن تحت أي شكل كان ادعاءات بيانات أو عروض خاطئة توقع بطبيعتها في الغلط، متى وقعت على عنصر أو أكثر من العناصر الآتية: الوجود، الطبيعة، المكونات، الخصائص الجوهرية، المحتوى، النوع، الأصل، الكمية، كيفية وتاريخ الصنع، الملكية، السعر وشروط بيع المواد والخدمات التي تكون محلا للإعلان شرط الاستعمال، النتائج المرجوة من الاستعمال، أساليب وإجراءات البيع أو أداء الخدمات مدى الالتزامات المتخذة من قبل المعلن، الهوية، صفات وكفاءة الصانع ومعدي البيع، متعهدي المشروعات أو مقدمي الخدمات".[2]

كما عرفت بدورها التوجيهة الأوروبية الصادرة في 10 سبتمبر 1984 الإعلان الكاذب بقولها: " أي إعلان بأي طريقة كانت تحتوي على طريقة تقديمه على أي تضليل أو قد يؤدي إلى تضليل هؤلاء اللذين يوجه أو يصل إليهم الإعلان "، ونصت المادة 3 منها على أن: " الإعلان المضلل يقع عن طريق إغفال إحدى الخصائص الجوهرية للسلعة المعلن عنها.[3]

---

1 - المرسوم التنفيذي 90/366 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 المتعلق بوسم السلع غير الغذائية و عرضها، الجريدة الرسمية لسنة 1990، العدد 50،الصفحة 1585.

2 - Art. 121-1 : « Est interdite toute publicité comportant, sous quelque forme que ce soit, des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur, lorsque celles-ci portent sur un ou plusieurs des éléments ci-après ; existence, nature, composition, qualité substantielle, teneur en principe utile, espèce, origine, quantité, mode et date de fabrication, propriété, prix et condition de vente de biens ou services qui font l'objet de la publicité, condition de leur utilisation, résultats qui peuvent être attendus de leur utilisation, motifs ou procédés de la vente ou de la prestation de service, portée des engagements pris par l'annonceur, identité, qualité ou aptitude du fabricant, des revendeurs des promoteurs ou des prestataires ».

3 - خالد ممدوح ابراهيم،المرجع السابق ،الصفحة 121.

وعرفه المشرع المصري في المادة 16 من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك المصري بأنه:" يعد سلوكا خادعا كل فعل أو امتناع من جانب المعلن أو المورد يؤدي إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل لدى المستهلك أو يؤدي إلى وقوعه في خلط أو غلط".[1]

واستعمل الفقه المصطلحين الإعلان المضلل أو الإعلان الكاذب كمترادفين فعرفه البعض على أنه:" الإعلان الذي يكون من شأنه خداع المستهلك أو يمكن أن يفضي إلى ذلك"، أو "هو كل إعلان يتم عرضه بطريقة تؤدي إلى تضليل أو من شأنه أن يؤدي إلى تضليل المخاطبين به أو المنافسين على نحو قد يلحق ضرر بمصالحهم الاقتصادية".[2]

وبالتالي يعتبر إشهارا تضليليا ، الإشهار الذي يكون محله إما أموالا أو خدمات تقدم للمستهلك على نحو مضلل أو قد تخلق لبس لديه فيما يتعلق بالعناصر الجوهرية للسلع و الخدمات مما يجعله يقع في الغلط،[3] إلا أن هذا التحديد لمحل الإشهار التضليلي ليس نفسه الذي جاءت به المادة 28 من القانون 04/02 الذي يحدد القواعد المطبقة علي الممارسات التجارية و كذا المادة 16 من المرسوم التنفيذي 90/366 ،حيث حدد المشرع محل الإشهار التضليلي الذي يكون إما منتجا أو سلعة أو خدمة، و هو ما قد يثير جدل في الفقه و تردد لدى المحاكم فيما يتعلق بالإشهار إذا كان موضوعه عقار "أراضي زراعية مثلا أو منازل معدة للسكن، أو أراضي صالحة للبناء و غير ذلك"،فالعقارات لا تدخل ـ في المعني العام ـ ضمن السلع على ما نعتقد ، فالسلع هي كل شيء مادي ،ومنه أمر مثير للدهشة كون أن المشرع لم ينص على ذلك صراحة خصوصا أن العديد من هذه الإعلانات كاذبة و بالتالي كان ينبغي على المشرع أن يوسع من النص القانوني ليشمل جميع الرسائل الإعلانية أيا كان محلها سلع عقارات أو خدمات، و هو النهج الذي سار عليه المشرع الفرنسي بصدد تجريم الإعلانات المضللة سواء كان محلها أمولا أو خدمات، و معنى الأموال يشمل المنقولات والعقارات.[4]

---

1 - خالد ممدوح ابراهيم،نفس المرجع، الصفحة 122

2 - عبد الفضيل محمد احمد، المرجع السابق، الصفحة 174.

3 - الشلتاوي محمد عبد الله، المسؤولية الجنائية في الإعلان التجاري،مجلة الشرطة، الإمارات 1998، الصفحة 35.

4 - BIHL Luc. ,la grande illusion ,la publicité mensongère depuis la loi royer.G.P.1977.p.78
- عبدالحليم بوقرين، الجرائم الماسة بأمن و سلامة المستهلك،مذكرة ماجستير، جامعة تلمسان 2009/2010،الصفحة 32.

أولا: مدى اعتبار الإعلان المقارن كصورة من صور الإعلانات الكاذبة

الإعلان المقارن هو الإعلان الذي يقوم ببثه صانع أو موزع أو مؤدي خدمات يقارن بموجبه بين الأموال و الخدمات التي يعرضها هو وبين تلك التي يعرضها منافس آخر محدد الهوية أو قابل للتعيين في الرسالة الإعلانية، بغرض إقناع المستهلكين بأفضلية منتجاته أو بخدماته عن منتجات أو خدمات غيره،[1] كإعلان وكالات السياحة والأسفار أن الخدمات التي تقدمها أفضل من الخدمات التي تقدمها وكالة أخرى محددة بالاسم.[2]

ويصدق وصف الإعلان المقارن وفقا لنص المادة L.121-8 من قانون الاستهلاك الفرنسي على كل إعلان عام، مذاع على دعامات، يصل بها إلى الجمهور كالراديو أو التلفزيون، أما الإعلان الخاص الذي يرسل بالبريد الالكتروني أو يصاغ في شكل منشورات تحتوي مقارنة بين سلعة والسلعة المنافسة فإنه لا يعد إعلانا مقارنا حيث اعتبره القضاء صورة من صور التحقير للسلع المنافسة،[3] فإذا اتسمت المقارنة فيه بقدر من الكذب والخداع فإن الإعلان المقارن يجب أن يخضع للتجريم الوارد بصدد الإعلان الكاذب.

أما الكلام عن الإعلان المقارن في التشريع الجزائري، نقول بان التشريع الجزائري لم يعرف بعد شيء اسمه الإعلان المقارن، فالمشرع لم ينص عليه ولم يعطيه الأهمية البالغة مما ينبغي تدارك هذا النقص، خاصة وان مثل هذه الجرائم منتشرة بكثرة في السوق الوطنية.

الفرع الثاني: علاقة الإعلان الكاذب بجريمة النصب

النصب كما سبق و أن تطرقت ما هو إلا استيلاء على منقول مملوك للغير عن طريق خداع المجني عليه وحمله على تسليم شيء للجاني، فهو يمثل اعتداء على حقوق الآخرين ومصالحهم، فالإعلان الكاذب يؤدي إلى ما يؤدي إليه النصب ويمكن القول أنه

---

1 - حسن فتحي، مشروعية الإعلانات التجارية لحماية المتجر والمستهلك، مجلة المحاماة المصرية، العدد الأول 1992، الصفحة 25.

2 - محمد بودالي، المرجع السالف الذكر،الصفحات 183و 184.

3 - REGRES Fabres .*op.cit* .p130.

-Cass crim. ,5mai1977. ,G.p 1978. ,11. ,p503. ,note Pirovana.

يمثل وسيلة من وسائله أو أسلوب من أساليبه، فيعمل الإعلان الكاذب على الاستيلاء على مال الغير بطريقة خادعة مضللة ويقع التسليم من المجني عليه بإرادته، بعد أن يؤدي به الكذب الذي ينطوي عليه الإعلان إلى الاعتقاد خلاف الحقيقة، والحقيقة أن هناك تشابه بين النصب والإعلانات الكاذبة، فكلاهما جوهره الكذب وهدفهم المشترك هو الإيقاع بالمجني عليه(المستهلك) بإيهامه بغير الحقيقة بغرض الاستيلاء على ماله،[1] و ثمة سؤال قد يطرح هل الإعلان الكاذب في حد ذاته يشكل نصبا ؟ أي يشكل نفس الطرق الاحتيالية التي تدعم الكذب؟ أثير هذا التساؤل في الفقه الفرنسي.

La publicité mensongère est constitutive des manœuvres de l'escroquerie

الرأي الغالب في الفقه الفرنسي يرى أن الإعلان الكاذب في حد ذاته لا يشكل جريمة نصب وكذلك يؤيده القضاء الفرنسي، فالإعلان الكاذب من وجهة نظر هذا الفقه لا يشكل إلا مجرد كذب غير مدعم بطرق احتيالية التي تؤكد وجود النصب ،ولكن لكي يكيف الإعلان الكاذب على أنه نصب يجب أن يتوافر عنصر أو أكثر يؤكد وجود هذه الطرق الاحتيالية سواء بتدخل الآخرين لتأكيد وجود هذا الكذب أو إخراج هذا الكذب في صورة مدعمة له كأن يظهر الإعلان عن طريق عرض له من شخصية مشهورة، كنجم سينمائي أو لاعب كرة.[2]

وعليه نقول بأنه حقيقة أن الإعلان الكاذب يؤدي إلى ما يؤدي إليه النصب من الاستيلاء على مال الغير بطريق غير مشروع مستعملا المعلن المحتال في ذلك وسائل احتيالية بغية تملك المال الذي في حوزته، ولكن ليس دائما الإعلان الكاذب يشكل جريمة نصب ما لم يرقى الكذب الذي هو جوهر الإعلان المزيف إلى مرتبة الوسائل الاحتيالية في جريمة النصب [3]، فهذا الأخير يفترض وجود عملية وهمية لا يقدم الجاني فيها شيئا مقابل ما استولى عليه من مال المجني عليه، وليس الحال كذلك دائما في الإعلان

1
- محمد الشناوي ،المرجع السابق ،الصفحات 157و 158.

2
PIERRE Bouzat ,. carte de crédit magnétique , Escroquerie et vol chranique de jurisprudence-1 .,Paris R.S.C.1977, P.341

3
- لذلك فالحالات التي يعتبر فيها الإعلان الكاذب جريمة نصب هي حالات نادرة في العمل، فالنصب لا يكفي لقيامه مجرد استعمال تدابير ذات مظهر خارجي احتيالي، وإنما يشترط فوق ذلك أن يكون غرض الجاني منها وفقا للمادة 178 جنائي سوداني إيهام الناس بوجود واقعة غير موجودة أو إخفاء واقعة موجودة أو تشويه حقيقة الواقعة وذلك بوسائل وجدت على سبيل الحصر، لأن سلوك المعلن في هذه الحالة بفسر على انه لا يسعى إلى التعريف بخدمة أو منتج على نحو كاذب وإنما يسعى أيضا من خلال إعلانه الكاذب إلى سلب مال الغير دون مقابل، ويضرب الفقه مثلا على جرائم النصب التي تقع في نطاق الإعلانات التجارية عن اكتتاب عام أو خاص لتأسيس شركات ما بقصد دفع الجمهور للمشاركة في هذا الاكتتاب الوهمي، انظر في هذا المعنى عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك،منشورات الحلبي الحقوقية،دمشق ،الطبعة 2007، الصفحة 197، خالد موسى توني،المرجع السابق، الصفحة 198، يمينة بليمان، الإشهار الكاذب أو المضلل، مجلة العلوم الإنسانية، عدد 32، ديسمبر 2009، المجلد ب، الصفحات 308و 309 .

الكاذب، حيث يغلب أن يقدم المعلن الشيء محل الإعلان و أن لم يكن بالضبط هو المقابل أو الشيء الذي في ذهن المستهلك.[1]

وعلي هذا الأساس يمكن أن نستخلص من خلال ما تم التطرق إليه مفهوما للنصب الإعلاني بأنه **:" الاستيلاء على مال الغير بالخداع و الحيلة من خلال إعلانات مزيفة"**

الفصل الأول: الإعلان كوسيلة للنصب

أينما ظهر المال ظهر خلفه المجرمون وتفننوا في أساليب ارتكاب الجريمة و كان الإعلان احد هذه الأساليب ، فيعتبر النصب من خلال الإعلان التجاري من بين الجرائم المستحدثة التي رافقت ظهور وسائل الاتصال الحديثة، إذ أثبتت التجربة أن الإعلان شأنه في ذلك شأن أمور كثيرة في حياتنا قد يستخدم استخداما حسنا إذا قام بالدور المطلوب منه وهو الترويج للسلع والخدمات،[2] وعلى العكس من ذلك قد يستخدم استخداما سيئا إذا كان أداة للنصب الهدف منه الاستيلاء على مال الغير بغير وجه حق ومن هنا قد يثور التساؤل حول إمكانية تجريم الإعلان متى اعتبر نصبا، أو بمعنى آخر هل يشترط حتى يشكل الإعلان نصبا توافر أركان جريمة النصب على النحو الذي يقتضيه نص المادة 372 من قانون العقوبات الجزائري. وللإجابة على هذا الإشكال ارتأيت تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين المبحث الأول تناولت فيه مدى انسجام النصب من خلال الإعلان

---

1 - BIHL Luc, publicité mensongère ,bientôt dix ans d'application, G.P.1972.p98 .

2 - محمد بودالي، المرجع السابق، الصفحة 190.

مع مفهومه التقليدي وحددت فيه عناصر الركن المادي والمبحث الثاني تطرقت فيه للعلاقة السببية والإسناد المعنوي.

المبحث الأول: مدى انسجام النصب من خلال الإعلان مع مفهومه التقليدي

لا يختلف النصب من خلال الإعلانات التجارية عن جريمة النصب الكلاسيكية المعروفة ،فهو ينتمي إلى طائفة الجرائم التقليدية التي ترتكب بواسطة الإعلانات الكاذبة و لمعرفة مدى انسجام النصب من خلال الإعلان مع مفهومه التقليدي، لابد من التطرق للركن المادي لجريمة النصب، فيقصد بالركن المادي للجريمة ما يدخل في بناءها القانوني من عناصر مادية ملموسة يمكن إدراكها بالحواس، وهو ذلك السلوك

الإجرامي الذي يتولد عنه أثر يعتد به القانون[1] فحتى يقوم الركن المادي في جريمة النصب التي تقع في نطاق الإعلانات لابد من استخدام المعلن لوسيلة من وسائل التدليس والاحتيال كما تتطلبها جريمة النصب التقليدية. والتي حددها المشرع على سبيل الحصر، كما يجب أن يتعلق الأمر بعملية وهمية، وبالتالي سيتم التطرق إلى هذه الوسائل (المطلب الأول) ثم النتيجة الإجرامية والشروع في النصب الإعلاني (المطلب الثاني).

المطلب الأول: استعمال المعلن وسيلة من وسائل التدليس والاحتيال

باستقراء نص المادة 372 من قانون العقوبات الجزائري التي تقابلها في قانون العقوبات الفرنسي المادة 405 والمعدلة بموجب المادة 1- 313 L.والتي تنص على أنه:" كل من توصل إلى استلام أو تلقى أموالا.....إما باستعمال أسماء أو صفات كاذبة أو سلطة خيالية أو اعتماد مالي خيالي أو بإحداث الأمل في الفوز...."، نجدها قد حصرت وسائل التدليس والاحتيال في وسيلتين هما استعمال أسماء أو صفات كاذبة وكذا استعمال مناورات احتيالية، ويترتب على حصر وسائل التدليس الجنائي أن جريمة النصب لا تقع إذا استعمل الجاني وسيلة تدليس أخرى، ولو ترتب عليها تسليم المالك ماله إلى المتهم،[2] ولذلك تلتزم المحكمة أن تبين في حكم الإدانة بجريمة النصب وسيلة التدليس التي استعملها الجاني حتى تتمكن من التحقق من دخول هذه الوسيلة في نطاق الوسائل التي يمليها القانون، فإذا أغفلت المحكمة هذا التبيان كان حكمها مشوبا بالقصور.[3]

---

1 - العوجي مصطفى، القانون الجنائي، منشورات الحلبي الحقوقية 2006، الصفحة 569.

2 - LOUIS Lambert, Traité de droit pénal spécial, édition police, Revue Paris, 1968, p. 342.

3 - فوزية عبد الستار، شرح قانون العقوبات- القسم الخاص، دار النهضة العربية، الطبعة الثالثة، 1990، الصفحة 823.

كما لا يشترط لقيام الجريمة اجتماع وسيلتي تدليس، فيكفي استعمال الجاني لوسيلة واحدة.[1]

ومن خلال ما سبق تتجسد هذه الوسيلة في استخدام المعلن لأسماء كاذبة أو صفات كاذبة في إعلانه (الفرع الأول) أو استخدامه لمناورات احتيالية (الفرع الثاني).

الفرع الأول: استعمال المعلن لأسماء أو صفات كاذبة

تتم جريمة النصب باتخاذ المتهم اسما كاذبا أو صفة غير صحيحة، ولو لم يصحب ذلك استعمال مناورات احتيالية،[2] فتعد هذه الوسيلة مستقلة من وسائل الاحتيال،[3] تغني عن ضرورة الاستعانة بطرق احتيالية من أفعال أو مظاهر خارجية أخرى تؤيد الجاني في ادعائه، وعليه فهذه الوسيلة تكفي بذاتها لقيام جريمة النصب دون أن تستلزم استعانة الجاني بمظاهر خارجية لتدعيم كذبه.

وتظهر الحكمة في ذلك في كفاية هذه الوسيلة دون حاجة إلى مظاهر خارجية، ذلك أن الاسم يعكس على الفور شخصية حامله، والصفة تشير للمكانة الاجتماعية لصاحبها إذا، فالجاني عندئذ لا يكون بحاجة إلى تكوين ثقة لدى سامعه إذ يستمد هذه الثقة الفورية من رصيد الاسم أو صحة الصفة بل لابد أن يكون ثمة فعل ايجابي من جانب الجاني حتى يقال أن السلوك في جريمة النصب قد توافر.[4] وحتى يحقق هذه الوسيلة يلتزم أولا أن يكون الاسم المستعار أو الصفة الكاذبة التي استعملها المعلن في إعلانه مما ينخدع به المجني عليه ويحمله على تسليم أمواله، فإذا لم ينشأ عنه هذا الأثر لا
تقوم الجريمة. ويلتزم ثانيا: ألا يكون الكذب مفضوحا بحيث يبين حقيقة الشخص العادي فيشترط أن يكون الكذب المنمق من شأنه أن يخدع الرجل العادي دون أن يترك للقاضي أي سلطة تقديرية بشأن تقدير الكذب في هذه الحالة.
ويلتزم كذلك أن ينسب الجاني الاسم المستعار أو الصفة الكاذبة إلى نفسه لا إلى غيره. وأخيرا أن يصدر عن الجاني نشاطا إيجابيا ينتحل به الاسم المستعار أو الصفة الكاذبة فإذا اتخذ موقفا سلبيا بأن ترك المجني عليه يعتقد خطأ في صفة ليست له أو اسم غير اسمه وتمكن بذلك من الحصول منه على مبلغ من المال فلا تقوم جريمة

---

1 - RENE Gareaut et PIERE Garreaut, Pratique de droit pénal français, Traité théorique 1935, n° 2537, p. 317.

2 - أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائي الخاص، دار هومة، الطبعة الأولى، 2002،الصفحة 316.

3 - نمور محمد سعيد، شرح قانون العقوبات- القسم الخاص، الجرائم الواقعة على الأموال، دار الثقافة، الطبعة الأولى، 2007، الصفحة 265.

4 - ثروت جلال،نظم القسم الخاص ،جرائم الاعتداء على المال المنقول،دار المطبوعات الجامعية 1995،الصفحات 161و 162.

النصب في حقه. وكل ما يشترطه القانون في هذه الحالة أن يتخذ لنفسه اسما كاذبا أو صفة غير صحيحة مهما كان أسلوب التعبير عن ذلك،[1] وبالتالي سيتم تحديد كل من الاسم الكاذب (أولا) والصفة الكاذبة (ثانيا) بشكل من التفصيل على النحو الآتي بيانه:

أولا: الاسم الكاذب

الاسم الكاذب هو كل اسم ينتحله الجاني ويكون غير اسمه الحقيقي. ويستوي أن يكون الاسم المنتحل اسما خياليا أصلا أو اسما حقيقيا لشخص آخر غير الجاني نسبه إلى نفسه ليوهم الغير بأنه صاحب الاسم،[2] ويطلق بعض الفقهاء على هذه الوسيلة - بالاسم المستعار- وهو كل اسم غير الاسم الحقيقي للمدعى عليه وسواء كان الاسم المستعار مختلفا كاملا عن الاسم الحقيقي أو كان الاختلاف جزئيا فحسب، و يدخل في هذا النطاق في حالة إبقاء المدعى عليه على اسمه الشخصي وتغييره اسم عائلته أو الإبقاء على اسم عائلته وتغييره اسمه الشخصي، ويعتبر المدعى عليه متخذا لنفسه اسم مستعارا إذا انتحل شخصية تسمى له. ذلك أن الجامع بين كل الحالات التي يتخذ

فيها المدعى عليه اسما مستعارا أنه نسب لنفسه شخصية ليست له باعتبار أن الاسم هو الرمز الدال على الشخصية.[3]

وبناء على ما تقدم، لا يعتبر مرتكبا لجريمة النصب في الفرض الذي يتصادف فيه وجود تشابه بين الاسم الحقيقي للمدعى عليه واسم شخصية معروفة، فإذا وقع المجني عليه في غلط من تلقاء نفسه عندما تقدم إليه المدعى عليه باسمه الحقيقي واعتقد أنه بالشخصية الكبيرة لا تقوم جريمة النصب، أما إذا ادعى المدعى عليه أنه تلك الشخصية الكبيرة واقنع المجني عليه بذلك مما حمله على تسليم بعض أمواله فإنه يرتكب جريمة الاحتيال لا على أساس استعمال اسم كاذب لأنه استعمل اسمه الحقيقي وإنما على أساس انتحال شخصية الغير وتدعيم كذبه بالادعاء بأنه تلك الشخصية أي دعمه بأعمال خارجية،[4] وقد اعتد القانون أن مجرد انتحال الاسم الكاذب أو الشخصية الكاذبة يكفي لقيام النصب، فإذا وقع المجني عليه تحت تأثير الاسم الزائف وانصاع إلى أوامره قامت

---

1 - القهوجي علي عبد القادر، جرائم الاعتداء على المصلحة العامة و على الإنسان و على المال،منشورات الحلبي الحقوقية - بيروت - الطبعة الأولى 2002 ،الصفحة 759 .

2 - القهوجي علي عبد القادر،نفس المرجع ،الصفحة 759.

3 - محمود نجيب حسني، جرائم الاعتداء على الأموال في قانون العقوبات اللبناني، دراسة مقارنة ، دار النهضة العربية، 1984، الصفحات 251 و 252.

4 - القهوجي علي عبد القادر،المرجع السابق، الصفحات 793و 794.

جريمة النصب،[1] والحكمة من العقاب على النصب باستعمال اسم كاذب أن المحتال عندما يغير حقيقة اسمه يغير في نفس الوقت شخصيته، فيوقع الناس في غلط بما يتعلق بها، فيمنحونه ثقة ما كان ليمنحها لو أنه استعمل اسمه الحقيقي الدال على شخصيته، ويجبرهم بذلك إلى المعتاد لتجنبه، ولكي يكون الاسم كاذبا يجب أن يتحقق شرطان، فالشرط الأول: أن يكون هناك تغيير مادي في حقيقة الاسم.

والشرط الثاني: يجب أن يترتب على هذا التغيير غلط في شخصية الجاني يكون هو الباعث على التسليم وكلا الشرطين لازم، فلا بد من توافرها معا والغلط المقصود هو

الغلط في شخصية المتهم. لهذا كان ضروريا بأن يتطلب دائما عندما يقع على تغيير في حقيقة الاسم أن يترتب على هذا التغيير إيقاع المجني عليه في غلط في شخصية الجاني.[2]

ثانيا: الصفة الكاذبة La fausse qualité

تكون في حالة استغلال المعلن لصفة معينة في الإعلان، إلا أن الفقهاء لم يتفقوا على تحديد المقصود بالصفة، فيرى بعضهم أن المراد بالصفة أن ينسب الشخص لنفسه كذبا درجة أو وظيفة أو رتبة أو عملا غير ذلك مما يجعل له مركزا معينا بين الناس ويحمل المجني عليه على تصديق وتسليم المال أو نحوه إلى الجاني. وقيل بأنها الوضع الذي يتحدد به مركز الشخص في المجتمع. و لما كان يكتفي بانتحال صفة غير صحيحة لتوافر الركن المحتمل في جريمة النصب، فإن مقتضى ذلك أن يكون من شأن توافر هذه الصفة إعطاء صاحبها قدرة أو مكانة أو ميزة معينة تجعله قادرا على تحقيق رغبة المجني عليه.[3]

وقيل المقصود بها تلك المكانة الاجتماعية التي تحدد مركز الشخص في المعاملات المالية من حيث صفته و الثقة التي يتمتع بها دون حاجة إلى دليل لإثبات هذه المكانة أو هذا المركز، وهذا التعريف لمعنى الصفة أساس من ناحيتين:

فمن ناحية أولى هو يكشف أن ادعاء الصفة يعطي للجاني ثقة لم يكن يحصل عليها بتغيير هذا الإدعاء مما يجعل وقوع المجني عليه في الغلط وتسليم ماله بناءا على ذكرها

---

1 - سليمان عبد الله، دروس في شرح قانون العقوبات الجزائري، القسم الخاص، ديوان المطبوعات الجامعية، 1998، الصفحة 238.

2 - الشواربي عبد الحميد، شرح قانون العقوبات في جرائم النصب، تبديد، إصدار شيك بدون رصيد، منشاة المعارف، الإسكندرية، 1995، الصفحات 43 و 44.

3 - أحمد فتحي سرور، الوسيط في قانون العقوبات- القسم الخاص- القاهرة، 1991، الصفحة 889.

أمرا قريبا إلى الحسبان، ومن ناحية ثانية يبين أن عرف المعاملات يعفي الجاني من تقديم الدليل على صحة الصفة التي يدعيها وبهذا لا يكون المجني عليه مفرطا في حق نفسه عندما وقع في الغلط وسلمه ماله دون أن يطالبه بأي دليل، فهذا التحديد السابق يساعدنا في بيان نماذج الصفات الكاذبة.[1]

والصفات غير الصحيحة التي يمكن أن يستعملها الجاني لخداع المجني عليه كثيرة نذكر على سبيل المثال الإعلان التجاري الذي يدعي فيه المعلن أنه وكيل عن شركة عالمية أو أنه ممثلها الإقليمي يهدف لكسب ثقة الجمهور سواء لم يكن يتمتع بهذه الصفة أصلا أو كان متمتعا بها وزالت عنه قبل الإعلان، أو الإعلان الذي يدعي فيه رجل أن في مقدوره من خلال المنتج أو الخدمة الوهمية التي يعلن عنها شفاء المريض أو تفسير الأحلام أو أي شيء آخر من هذا القبيل.[2]

وفي الجملة يتعذر حصر الصفات الكاذبة التي يحتمل أن يعمد المحتالون إلى اتخاذها، ويمكن القول أنها جميع الصفات التي تضفي على الجاني مكانة خاصة في نظر المجني عليه تحمله على الثقة فيه وتسليمه ما يطلبه منه ،ولذا جرى الرأي السائد على القول بأنه إذا لم يكن من شأن الصفة المنتحلة كذبا أن تسبغ على المنتحل مكانه خاصة أو ثقة معينة، فلا محل للقول بالعقاب ،فالقانون يعتبر مجرد الإدعاء بصفة غير صحيحة أسلوبا كافيا من أساليب الاحتيال ولو لم يدعم بأي مظهر خارجي، ولا يتيسر لذلك إلا إذا كان من شأن الصفة المنتحلة إعطاء صاحبها ميزة أو قدرة معينة تؤهله لقضاء الحاجة التي أهم بها المجني عليه،[3] فالقاعدة في اتخاذ الصفة الكاذبة انه يغني بذاته عن ضرورة الاستعانة بطرق احتيالية من أفعال ومظاهر أخرى تؤيد ادعاءه.[4]

ومنه متى تم تكيف أن الجاني استعمل صفة كاذبة استولى بموجبهاعلى مال المجني عليه قامت بذلك جريمة النصب ، ولذلك "قضي بأنه من المقرر قانونا أن كل من توصل إلي استلام أو تلقي أموالا أو منقولات إما باستعمال أسماء أو صفة كاذبة أو سلطة خيالية ، يعد مرتكبا لجريمة النصب و يعاقب على هذا الأساس وفقا لأحكام المادة

---

1 - ثروت جلال، المرجع السالف الذكر، الصفحة 171.

2 - عبد العظيم وزير، شرح قانون العقوبات- القسم الخاص- جرائم الاعتداء على الأموال، دار النهضة العربية، القاهرة، 1993، الصفحة 366.

3 - حامد الشريف، الدفوع في النصب أمام القاضي الجنائي، دار الفكر الجامعي، 2004، الصفحة 180.

4 - عبد الله سليمان، شرح قانون العقوبات الجزائري- القسم العام- ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة 6، 2005، الصفحة 239.

372 من قانون العقوبات ، ومن ثم فان القضاء بإدانته و عقاب مرتكب هذه الوقائع بتهمة انتحال صفة كاذبة ووفقا لإحكام المادة 245 من نفس القانون يعد خطا في تكيف الوقائع إذا كان ثابتا في قضية الحال ،أن المفهوم القانوني لجرم النصب يتكون من التوصل إلي نيل الشيء من الغير بطرق و مناورات احتيالية و كان التوصل لتلك الغاية غير مسكن بدورها ،فان المجلس القضائي، بإدانة المتهم بانتحال صفة كاذبة بدلا من تهمة النصب ،كان تكيفه للوقائع لا يقوم علي أي أساس قانوني و هو بذلك فقد أخطا في تكيف وقائع الدعوى و لم يطبق القانون سليما ، و متي كان الأمر كذلك استوجب نقض و إبطال القرار المطعون فيه تأسيسا علي الوجه المثار من النائب العام الطاعن بمخالفة هذا المبدأ".[1]

الفرع الثاني: استعمال المعلن لمناورات احتيالية

usage des manœuvres frauduleuses

لم يعرف المشرع الجزائري ماهية الوسائل الاحتيالية ولم يكن في استطاعته ذلك لاستحالة و صعوبة تحديد الوسائل التي قد يذهب إليها الخيال الواسع للنصابين إلا أن بعض الفقه، [2]قد وضع تعريفا عاما للطرق الاحتيالية بأنها": كل كذب مصحوب بوقائع خارجية faits extérieurs أو أفعال مادية Actes materiels يكون من شأنها توليد الاعتقاد لدى المجني عليه بصدق هذا، بما يدفعه إلى تسليم ما يراد منه تسليمه طواعية واختيارا"، والمستفاد من هذا التعريف أنه يجب صدور كذب من الجاني أيا كان ميدانه وصورته. والكذب هو تغيير الحقيقة أي جعل واقعة كاذبة في صورة واقعة صحيحة ويكون بالقول أو بالكتابة أو بالإشارة.[3]

ومن الحالات التي يقترن بها الكذب بالطرق الاحتيالية ويختلط بها ما يعلنه الجاني في إعلانه المتضمن ساعة طلاءها من ذهب ويدعى في إعلانه أن الساعة من ذهب الخالص ثم يبيعه على هذا الأساس، ويعتبر كذبا مصحوبا بالمظاهر خارجية ذلك ما يتحقق في صورة الإعلانات الكاذبة التي تحمل كذبا يتعلق بالسلعة أو الخدمة محل الإعلان عندما تكون غير موجودة أصلا أو تكون موجودة لكن ليس بنفس الطريقة التي

---

1 - قراررقم 28460 المؤرخ في 10/01/1984،المجلة القضائية،العددالاول 1990،الديوان الوطني للأشغال التربوية،الصفحة 266.

2 - MARCHEL Rousselet et Maurice Patin, Précis de droit pénal spécial, éd. 1950, Paris, n° 644, p. 332.

3 - رءوف عبيد ،جرائم الاعتداء علي الأشخاص و الأموال ،دار الفكر العربي ،الطبعة السادسة 1974 ،الصفحة 462.

تم فيها الإعلان عنها،ففي هذه الحالات لا يعمد الجاني إلى الكذب أولا ثم يعزز الكذب بمظهر خارجي ثانيا ولكنه يكذب ويؤكد كذبه في ذات اللحظة بمظهر خارجي.[1]

فالطرق الاحتيالية ضرب من ضروب الاحتيال يتوصل فيها الجاني بأكذوبة أو مجموعة من الأكاذيب تدعمها مظاهر خارجية إلى إيقاع المجني عليه في الغلط وحمله بذلك على تسليم ماله، ويتضح من ذلك أنها صورة من صور الاحتيال بل أنها الصورة المثلى للاحتيال.[2]

وعليه سيتم إيراد عناصر المناورات الاحتيالية المتمثلة في قيام الكذب (أولا) والاستعانة بمظاهر خارجية وهي عادة تكون أشياء يزينها الجاني أو ظرف يستغله أو شخص من الغير يستعين به (ثانيا)، وأخيرا ذكر غايات المناورات الاحتيالية (رابعا).

أولا : الكذب وأحكامه في جريمة النصب الإعلاني

يعرف الكذب على انه الإخبار عن شيء بخلاف ما هو عليه في الواقع أي بذكر بيانات غير حقيقية كليا أو جزئيا،[3] والكذب جوهر جريمة النصب فلا تحقق الجريمة إذا كان المتهم صادقا فيما يدلي به للمجني عليه، ولو ترتب على ذلك أن استولى المتهم بغير حق على مال المجني عليه، كما لا يهم شكل الكذب فسواء كان شفويا بالقول أو مكتوبا فيلتزم لتوافر الكذب مراعاة شرطين:

الشرط الأول: أنه لا يشترط أن تكون الواقعة كاذبة في كل تفاصيلها مختلفة في كل جزئياتها ، وهكذا تعد الواقعة كاذبة إذا كانت الواقعة صحيحة في أساسها ولكن تعلق الكذب ببعض الجزئيات التي تهم المجني عليه الوقوف عليها،[4] هنا نذكر على سبيل المثال فيما يخص بعض الإعلانات التي يكون محلها ترويج سلع أو خدمات عندما يكون وجودها حقيقيا لكن الكذب يتعلق بجزئية كمصدر البضاعة والتي تهم المشتري وعلى أساسها يأخذ قرار الشراء، لأن مصدر السلعة ونوعيتها من أهم العوامل التي تدفع المشتري إلى التعاقد على الشراء ودفع الثمن مهما كان مرتفعا لثقته في المصدر أو

---

1 - محمد الشناوي ، المرجع السابق، الصفحات 160 و 161.

2 - ثروت جلال، المرجع السابق الذكر، الصفحة 155.

3 - سلال نزيه نعيم، القاموس الجنائي التحليلي، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة الأولى، 2004، الصفحة 364.

4 - أحمد فتحي سرور، المرجع السابق الذكر، الصفحة 889.

الأصل الذي تصدر عنه السلعة ،وهو من العوامل المهمة التي تدفع بالمنتج إلى رفع الثمن اعتمادا على سمعة المصدر، فالإعلان الذي يحمل كذبا عن مصدر سلعة غير حقيقي أو نوع غير حقيقي لها يمثل تضليل ومن ثم يمثل جريمة نصب، لأنه يغرر بالمجني عليه ويدفعه إلى شراء سلعة يدفع فيها من المال ما يزيد بكثير عن قيمتها الحقيقية.[1]

الشرط الثاني: أن الوقت الذي يتعين النظر فيه إلى صدق الواقعة أو كذبها هو الوقت الذي مارس فيه الجاني فعل الاحتيال، فإذا كانت الواقعة كاذبة في ذلك الوقت ففعل الاحتيال متوافر حتى ولو كانت الواقعة صادقة من قبل أو تحقق صدقها فيما بعد.[2]

كما يترتب على الكذب نشوء عقيدة وهمية لدى هذا الجاني، ويعني بالواقعة الوهمية الاقتناع بصحة الكذب، أو بتعبير آخر الوقوع في الغلط و الفرض أن تدفع هذه العقيدة من اقتنع بها إلى تصرف يعتقد تحت تأثير هذه العقيدة أنه في مصلحته في حين أنه ضار به و الأصل أن يولد الخداع غلطا لم يكن موجودا من قبل، ولكنه قد يتخذ صورة تدعيم غلط كان موجودا من قبل، ومثالها أن يكون المجني عليه معتقدا وجود شركة لا وجود لها في الحقيقية فيدعم الجاني هذا الغلط بان يوهمه أن هذه الشركة تحقق أرباحا وأن المساهمين فيها هم من كبار رجال المال فيحمله بذلك على تسليمه بعض ماله [3].

ومن المسلم به أن الكذب المجرد لا يكفي لتوافر الطرق الاحتيالية مهما صاغه قائله في صورة منمقة مرتبة ،فلابد أن يصحب الكذب أشياء أخرى تساعده على إلباسه ثوب الصدق وتؤدي إلى إدخال الغفلة على المجني عليه وحمله على تسلمه ماله فهي أشبه بالستائر والمعدات المسرحية mise en scène التي يستعان بها على تقريب الحقيقة إلى الناظر.[4]

---

1 - محمد الشناوي، المرجع السابق الذكر، الصفحة 165.

2 - ثروت جلال، المرجع السابق الذكر، الصفحة 148.

3 - محمود نجيب حسني، المرجع السابق الذكر، الصفحات 217 و 219.

4 - بكر عبد المهيمن ، القسم الخاص في قانون العقوبات، جرائم الاعتداء على الأشخاص والأموال، دار النهضة العربية 1998، الصفحة 456.

فالكذب في الإعلان ممكن أن يتحقق بفعل ايجابي عندما تحمل الرسالة الإعلانية معلومة خاطئة ،كما يمكن أن يتحقق بفعل سلبي أي بالترك عند ما يمتنع المعلن عن ذكر بيانات متعلقة بالمنتج أو الخدمة محل الإعلان ويكون لها أثر في اتخاذ قرار الشراء، أي أن ذكر نصف الحقيقة وترك النصف الآخر يعتبر كذبا مؤثما، فالكذب في هذه الحالة لا تقوم به جريمة النصب ما لم يقترن بمظاهر خارجية تحمل المجني عليه على الاعتقاد بصحة ما يدعي فلا نصب بالترك أو الامتناع.[1]

ثانيا: استعانة المعلن بعناصر أو مظاهر خارجية

قد يستعين المعلن الجاني بأشياء يرتبها أو ظرف يستغله يساعده علي إعطاء حيله قوة الإقناع لدى من أدلي به اليه.

1 ـ الاستعانة بأشياء بترتبها الجاني أو ظرف يستغله

إن الأقوال التي تصدر من الجاني إلى المجني عليه لا تكفي وحدها لقيام الطرق الاحتيالية ذلك لأن القانون قد اشترط أن يتجاوز نشاط الجاني الأقوال إلى الأفعال المادية حتى يدعم بها هذه الأقوال ليضفي عليها الثقة والاطمئنان أكثر مما تحمله أي ألفاظ مجرد عامة، وهذه الألفاظ ما هي إلا خلق وإنشاء لمظاهر كاذبة والاستعانة بمظاهر قائمة من قبل لتأكيد الأقوال التي يدلي بها الجاني إلى المجني عليه، واستعانة بأشياء يرتبها على نحو معينة بحيث تصح دليلا على صحة أقواله، وهي صورة من صور الطرق الاحتيالية يفترض فيها كذب الجاني على المجني عليه و الاستعانة بجانب الكذب بأشياء يستمد منها الدليل الذي يقنع المجني عليه بصدق ما قاله ، ويتمثل استعانة الجاني بهذه الأشياء بإعداد الجاني الأشياء وترتيبها بطريقة معينة بحيث ينشىء منها مظاهر خارجية تدعم أكاذيبه،[2] ومثال ذلك عند ما يقدم المعلن شهادة مزورة ليؤكد مزاعمه الكاذبة على السلعة أو الخدمة الوهمية.[3]

فالمظاهر الخارجية التي تدعم الكذب تخرج عن الحصر، وإن كان من الممكن ردها لعدة صور جرى القضاء على استنتاجها، وتطبيقا لذلك قضي بأن ادعاء المتهمة

---

1 GHESTIN Jacques, La réticence, le dol et l'erreur, sur les qualités substantielles, Sirey .Dalloz. - .1971, Chron., p.247

2 - محمد صبحي نجم، شرح قانون العقوبات الجزائري، القسم الخاص، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الرابعة، 2003، الصفحات من 143 إلى 145.

3 - خالد موسى توني، المرجع السالف الذكر، الصفحة 204.

بوجود مشروع تجاري يحقق للمجني عليه ربحا وتعزيزها بذلك بالتحلي بمصاغ زائف يضفي عليها مظهر ثراء كبار التجار، وعرضها لأقمشة مستوردة تزعم أنها عينات لبضاعة متوافرة لديها تستوردها للاتجار فيها وتوصلها نتيجة ذلك إلى الإستلاء على مال المجني عليها تقع به جريمة النصب.[1]

ومن هذه الأعمال أيضا وأكثرها أثارا ما يتعلق بالنشر في الصحف، حيث اعتبر القضاء الفرنسي النشر في الصحف والجرائد يشكل مظهرا خارجيا في ذاته، كونه يدعم أقوال الجاني كأن يقوم هذا الأخير بالنشر في الصحف على مناصب عمل في شركة ويدعي أنه مدير تلك الشركة فيوزع على المهتمين بذلك جدول يبين فيه طبيعة عمل الشركة الوهمية وينشر ذلك باستخدام الإعلانات في التلفزيون والانترنت، فإن حصل بهذه الطريقة على مال الغير يعد مرتكبا لجريمة النصب، لأن نشر تلك الأكاذيب وإذاعتها بين الناس تجعل الكثير منهم يصدقونها لأن الناس تصدق ما ينشر علنا.[2]

وبالتالي فالمعلن من أجل تأكيد كذبه، يعتمد على بعض الأعمال أو الأشياء التي تضفي على كذبه طابع الحقيقة، كاستعانته مثلا بمظاهر خادعة وإعلانات مكثفة،

وصور إعلانية لمواقع تفيد التنفيذ الفعلي للمشروع الوهمي المزمع الإعلان عنه، أو تصوير الإعلان في المقر الوهمي للشركة لإظهار كثافة المتعاملين معها، مما يوحي بالثقة فيها، وكذلك الإعلان عن فتح حساب في أحد البنوك، والإعلان عن تلقي المساهمات أو الاشتراكات الخاصة بالمشروع الوهمي فيه، وكذلك الإدعاء في الإعلان بأن المنتج الوهمي المزمع بيعه للجمهور حاصل على شهادة معينة من الجودة ،أو توزيع جوائز أو أرباح أمام الجمهور في الإعلان.[3]

فهذه مجموعة من الأشياء التي يرتبها الجاني ويستعين بها لتدعيم ادعاءاته الكاذبة، أما فيما يخص استغلال الجاني لظرف قائم، فيراد به شيء أو واقعة يستخلص منه الدليل على صحة الأكاذيب التي يدلي بها المحتال، وبتعبير آخر كل ماله وجود سواء أكان له كيان مادي ملموس أم كانت له طبيعة معنوية، وسواء أكان بسيط التكوين أم كان مركبا،[4]

---

1 - احمد أبو الروس، المرجع السابق ، الصفحة 449.

2 - بهنام رمسيس، قانون العقوبات، القسم الخاص، الجرائم المضرة بالمصلحة العمومية، القاهرة،الطبعة الأولي، 1999، الصفحة 2350.

3 - أحمد فتحي سرور، المرجع السابق الذكر، الصفحة 889.

4 - محمود نجيب حسني، المرجع السابق الذكر، الصفحة 235.

والفرض القائم في هذه الصورة من صور الطرق الاحتيالية أن توجد ظروف معينة ليس للجاني يد في وجودها وإنما يستغل هذه الظروف لتدعيم أكاذيبه وخداع المجني عليه، ومن أمثلة استغلال الجاني لظرف مادي قائم، تصوير المعلن المحتال الإعلان بجوار المبنى أو دار للأيتام أو مكان نزلت به كارثة، حيث يستغل الجاني هذا الظرف لتدعيم أكاذيبه وخداع المجني عليه.[1]

وللإيضاح أكثر يتم ذكر بعض النماذج لتصرفات مدعمة بمظاهر خارجية:

ا- أعمال الشعوذة:

تعتبر أعمال الشعوذة من قبل التصرفات المستجمعة للكذب المصحوب بمظاهر خارجية عندما يدعي شخص أنه قادر على اتصال بالجن وأنه قادر على الشفاء وجلب

الحظ ويهيئ لنفسه جو خاص بالشعوذة كلبسه مثلا لباس أسود وتعليقه مسبحة طويلة في عنقه مع تحضير غرفة مظلمة،[2] وحتى يعطي عمله هذا طابع العلنية يستعمل في ذلك الإعلانات وهذا كله لحمل المجني عليهم على إيقاعهم في الغلط بغرض التوصل إلى الاستيلاء على أموالهم بدون وجه مشروع،[3] فقد قضي في فرنسا على زوج وزوجة بجريمة الاحتيال، حيث كانا يوهمان ضحاياهم، بقدرتهم على كشف مرتكبي الجرائم مجهولة الفاعل، كالسراق وأماكن وجود المسروقات وجرائم أخرى، حيث كان يقوم الزوج بحركات مغناطيسية وهمية، فتتظاهر زوجته بالنوم الحركي، ثم تقدم للزبائن معلوماتهم عن كشف الفاعلين والأشياء المفقودة، وفي الحقيقة الأمر لم يتوصل إليها هؤلاء الضحايا،[4] كما ذهبت أغلبية الأحكام في فرنسا إلى اعتبار أن الإعلان مستجمعا لأركان جريمة النصب فيما يخص الإعلانات التي يزعم فيها المعلنون قدرتهم على شفاء الناس والتنجيم وأعمال السحر والشعوذة.[5]

---

1 - خالد موسى توني، المرجع السابق الذكر، الصفحة 204.

2 - العاني عادل عبد إبراهيم، جرائم الاعتداء على الأموال، مكتبة الثقافة، الطبعة الثانية، 1997، الصفحات 151 و 152.

3 - أصبحت حاليا قنوات فضائية تروج لهذا النوع من الممارسات غير الشرعية مستغلين سذاجة البعض في سبيل تحقيق الربح متجاوزين في ذلك أخلاقيات مهنة الإعلان، أنظر في هذا المعنى د. محي الدين عبد الحليم، أخلاقيات الإعلان في أجهزة الإعلان العربية،مجلة الوعي الإسلامي 1998، عدد 395، السنة الخامسة، الصفحة 31.

4 - LUIS Lamber, *op. cit.*, p. 385.

5 - Crim., 11 juin 1974, J.C.P., éd. E., 1974, 1, p. 77.

ب- إساءة استعمال الصفة الحقيقية

عندما يسيء الجاني استعمال صفته الحقيقية واستغلالها من قبل الأعمال الخارجية التي يتحقق بها الاحتيال والخداع متى أدت إلى حمل المجني عليه على تسليم أمواله وهذا ما يحصل كثيرا في الإعلانات التي تقوم بها المنشآت الطبية كإعلان الطبيب أن بعيادته أحدث الأجهزة الطبية في العالم لعلاج الضعف الجنسي بالليزر، وفي خلال أسبوعين فقط يستطيع هذا الجهاز إعادة المريض بضعف جنسي أو عجز جنسي إلى

الطبيعة الأولى فورا، ومن الغريب أن علاج الضعف الجنسي كما يؤكد أساتذة طب الذكورة لا يدخل فيه الليزر، لأن أشعة الليزر تدخل في العمليات الجراحية فقط، وكذلك إذا كان الطبيب غير متخصص في علاج العجز الجنسي، وأعلن عن وصول أحد أكبر الأساتذة المتخصصين من جامعة كذا...، أو أن بمقدوره إعادة الشباب إلى الذين تجاوزوا الستين عاما، وكان ذلك بخلاف الحقيقة، أو كانت الجامعات وهمية لا وجود لها، أو كان العلاج بطرق غير علمية، بأن تكون غير معروفة عند أهل التخصص، إلا أن صفته هنا كطبيب هي التي حملت الناس على تصديقه على أساس أنه طبيب ويفهم في مجال عمله، إلى جانب ذلك حاجة المجني عليه إلى الشفاء في أقرب الآجال واستعداده لدفع مبالغ طائلة في سبيل ذلك.فالصفة التي يدعي بها الجاني هنا اعتبرت بمثابة المظهر الخارجي الذي دعم المزاعم الكاذبة التي ادعاها، حيث أخرجت الجريمة إلى حيز الوجود، وبالتالي الكذب والإدعاءات التي زعمها الجاني لم تعد مجرد كذب عادي بسيط، كما يفترض في الصفة التي ظهر بها الجاني أن تكون حقيقية وليست منتحلة.[1]

ج - الإيهام بالبيع

كالإعلان الذي يدعي فيه شخص أنه يبيع بضاعة ثمينة القيمة، وبعد دفع الثمن من قبل المشتري يتضح أن البضاعة لا تساوي الثمن - فالجريمة نصب - أو الإعلان الذي يتضمن بيع أحد المنتجات باعتباره يكفل نجاحا أسطوريا في مسائل الحب والزواج مع أنه عديم الفائدة،[2] والإعلان المتضمن بيع تحفة من البرونز مع أنها من الزنك، أو الإعلان عن بيع مخطوطات نادرة أصلية لم يسبق نشرها، وعند الشراء يتبين خلاف الحقيقة، أو الإعلان المتضمن بيع أحذية مصنوعة من الجلد الطبيعي (Vrai Cuir)،

---

1 - شاكر حامد حسن جبل، المرجع السابق الذكر، الصفحة 134.

2 - DIVIER Pierre et DIVIER François ., Le mensonge en publicité millésime , Doc., 1996, p. 34. (Cass crim.,23janvier1992.,G.P.,1992,p298.,note Doucet(J-p-).

بينما في الحقيقة يحتوي على جزء كبير منها على الجلد الصناعي.أو الإعلان على بيع شقق بأسعار منخفضة وهي في الحقيقة خلاف ذلك.[1]

د- الاستعانة بالغير في الإعلان

من الوسائل الاحتيالية المألوفة، استعانة المعلن المحتال بشخص آخر يؤكد ادعاءاته الكاذبة. ولا جدال في أن تدخل الشخص الآخر يجعل هذه الادعاءات أقرب إلى التصديق من قبل المجني عليه،[2] فالمرء عادة يشكك في صحة الخبر الذي يدلي به شخص واحد، ويزداد شكه حين يكون من شأن تصديق هذا الخبر تجريد المرء من بعض ماله. ولذلك فإن تدخل الغير لدى المجني عليه لتأكيد صحة أقوال الجاني يدرج فعل الأخير في عداد الطرق الاحتيالية.[3]

إلا أن تدخل هذا الشخص يكون بناء على مسعى من الجاني، ولا يشترط أن يكون مساهما معه، فقد يكون حسن النية لا يعلم بأن الجاني يستغله في إعلان ليؤكد به مزاعمه الكاذبة .

ويجب أن يصدر عن هذا الشخص أمور وأفعال تؤكد مزاعم المعلن، ويحدث هذا كثيرا حالة استعانة المعلن بشخص من الغير في إعلانه ليؤكد بيه كذبه حتى ينطلي على الجمهور،[4] أو الإعلان الذي يظهر فيه المعلن لشهادات صادرة عن بعض الشخصيات الاستشهادية من نجوم الفن والمجتمع والرياضة والسياسة، حيث يؤكدون صحة ما تتضمنه الرسالة الإعلانية، وهذا يعني أنهم قد استخدموا هذه السلع المعلن

عنها وقاموا بتجربتها، وتأكدوا تماما من جميع المعلومات المتضمنة لها، وهو مالا يثبت صحته في كثير من الأحيان، على اعتبار أن تلك الشخصية شاركت في الإعلان بطلب من المعلن من أجل ترويج لسلعته، دون أن يتأكد من مدى فعالية السلعة التي

1

- (Cass crim.,5mai1987.,G.P,1988,1som,p6.,note Doucet(J-p.

- (Appel Lyon. ,5 mai 1982., J.c.p1983, 1, p1970, note Biolay(J-J .

- Cass crim,2juin1982.,R.T.D.C,1983,p292,obs,Bouzat.

2

- أحسن بوسقيعة، المرجع السابق الذكر، الصفحة 321.

3

- عوض محمد، جرائم الأشخاص والأموال، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، الصفحة 363.

4

- عبد العظيم وزير، المرجع السابق، الصفحة 361.

شارك في الإعلان فيها ودون أن يعرف أن الجاني يستغله ليؤكد به مزاعمه الكاذبة،[1] أو ممكن أن يكون العكس، سيء النية، ومشاركته كانت بتواطؤ مع المعلن الجاني، وإن كان الكذب المجرد وحده لا يؤهل لقيام الغلط في أغلب الأحيان، فإن الكذب مؤكد من شخص ثالث يؤهل لقيام الغلط في معظم الأحيان وبينما يستطيع الفرد العادي ألا يلقي بالا إلى ما يسمعه من أقوال، فإن الأمر يختلف إذا كانت هذه الأقوال مدعمة بأقوال شخص غريب عن الموضوع، حينئذ يجذب انتباه أي شخص ويجعل من النادر أمر النجاة من الغلط،[2] خصوصا إذا كان هذا الشخص فنان أو أي شخص مشهور مما له شعبية كبيرة، وعلى هذا الأساس يعتبر تدخل الشخص الثالث لتأكيد مزاعم الجاني تكفي لاعتبارها من الطرق الاحتيالية التي تتوفر فيها جريمة النصب. ومن خلال ما قيل فإن الفقهاء قد وضعوا شروط لهذه الصورة لقيام جريمة النصب و هي كالتالي :

الشرط الأول: أن يكون تأييد الشخص الثالث لادعاءات الجاني مستقلا عنها وصادرا عن شخصه هو وليست مجرد ترديد لأقواله، فيتعين عليه أن يضيف جديد إلى الأكاذيب وينتفي الاحتيال تبعا لذلك، إذا اقتصر دور الشخص الثالث على مجرد الوساطة في نقل أقوال الجاني إلى المجني عليه فلا تتكون بتدخله الطرق الاحتيالية وهذا الشرط يبدو تدخله منطقيا، ذلك أن السبب في استعانة الجاني بشخص ثالث هو أن أقواله وحدها لم تولد لدى المجني عليه عقيدة كافية ولم توحي بثقة كاملة، فيلجأ المعلن إلى تلك الشخصيات من أجل خلق عقيدة كافية لديهم، وعلى هذا الأساس لابد من إثبات أن تدخل هذا الشخص قد أضاف إلى أقوال المدعى عليه جديدا يدعم معلومات الجاني بمعلوماته الخاصة أو أية آراء بآرائه الشخصية.[3]

الشرط الثاني: أن يكون تدخل الشخص الثالث قد تم بناءا على مسعي الجاني وتدبيره يعني هذا الشرط أن يكون الجاني هو الذي حمل الشخص الآخر على التدخل لتدعيم أكاذيبه ، فيستوي أن يكون المحتال قد تواطأ معه على التدخل بعد أن كشف له مشروعه الجرمي أو أن يكون قد خدعه واستعمله أداة لخداع المجني عليه. وينتفي هذا الشرط إذا تدخل الشخص الثالث من تلقاء نفسه فأيد أكاذيب المحتال ولو كان هذا التأييد هو الذي ترتب عنه خداع المجني عليه وحمله على تسليم ماله، ذلك أن المحتال لا يتحمل وزر

---

1 - شاكر حامد حسن جبل، المرجع السابق، الصفحة 135.

2 - ثروت جلال، المرجع السابق، الصفحة 157.

3 - ثروت جلال، المرجع السابق، الصفحة 158.

نشاط لم يكن له به شأن، وحينما يصرف النظر بالنسبة للمحتال عن ذلك التدخل، فإنه لا يبقى سوى الكذب المجرد وهو في ذاته غير كاف لقيام الاحتيال.[1]

ثالثا: غايات المناورات الاحتيالية

على عكس الأسماء أو الصفات الكاذبة التي تكفي بمفردها لقيام الجريمة، فان استعمال المناورات الاحتيالية لا تكفي لوحدها وإنما يجب أن تكون الغاية منها تحقيق غرض من الأغراض التي أوردها المشرع في المادة 372 من قانون العقوبات الجزائري على سبيل الحصر، وهذا لتسهيل مهمة القاضي فهي تهدف حسب نص المادة إلى إقناع المجني عليه بوجود: " مشروعات كاذبة أو سلطة خيالية أو اعتماد مالي خيالي أو بإحداث الأمل في الفوز بأي شيء أو في وقوع حادث أو أية واقعة أخرى وهمية".[2]

وعليه فسوف نأتي على إيراد كل غاية على حدى، حسب ما نص عليه المشرع الجزائري في المادة 372 من قانون العقوبات الجزائري:

1- الإيهام بوجود مشروع كاذب

يعني حمل المجني عليه على الاعتقاد بوجود مشروع يقتضي جمع مبلغ من المال والمقصود بإيهام بأمر ما هو إيقاع شخص في غلط وحمله على تكوين اعتقاد مخالف للواقع بوجود هذا الأمر، ولا شك أن الوصول إلى مثل هذه النتيجة هي إيقاع الغير في الغلط يقتضي أن تكون أفعال الجاني على جانب من الإتقان والقوة بحيث يخدع المجني عليه فيقوم بتسليم ماله إلى الجاني،[3] والإيهام بوجود مشروع كاذب يقصد به كل تصميم يوضع موضع التنفيذ،[4] فيعتبر مشروعا كاذبا إذا لم يكن وجوده مطابقا تماما للحقيقة كليا أو جزئيا سواء كان ممكن التحقيق أم كان خياليا مستحيل التنفيذ عملا، إلا أنه ليس من الضروري أن يكون المشروع خياليا أي لا أثر له من الحقيقة بل أن الطرق الاحتيالية تتوافر ولو كان لادعاء الجاني نصيب من الحقيقة ولكنه لا يبرر الربح الذي

---

1 - محمود نجيب حسني، المرجع السابق، الصفحات 233 و 234.

2 - أحسن بوسقيعة، المرجع السابق، الصفحة 324.

3 - نمور محمد سعيد، المرجع السابق، الصفحة 248.

4 - فريجة حسين، شرح قانون العقوبات الجزائري، جرائم الاعتداء على الأشخاص ، جرائم الاعتداء على الأموال، ديوان المطبوعات الجامعية، 2006، الصفحة 264.

يزعمه ،ويدخل في الطرق الاحتيالية هنا نشر بيان عن تأسيس شركة رفضت الحكومة تأسيسها بقصد الحصول على أموال المساهمين.[1]

فيكون المشروع كاذبا إذا لم يكن هناك تفكير جدي فيه على الإطلاق فإذا كان المشروع الذي عرضه الفاعل وحصل من أجله على المال حقيقيا وجديان ولو لم يتحقق الربح أو لم يقم بتنفيذه، فلا تقوم جريمة النصب لانتفاء الأساس الذي تبني عليه وهو الكذب فلا بد أن يكون المشروع الذي يوهم به المجني عليه مشروعا كاذبا.[2]

ونذكر على سبيل المثال، ما تقوم به بعض الشركات لتسويق الوحدات العقارية والإسكانية حيث يتضمن الإعلان بعض المواصفات أو البيانات غير الحقيقية والكاذبة بشأن حجز شقق سكنية تفتقر إلى الصدق استغلالا لحاجة الناس، وهم بذلك يبيعون الوهم للمواطنين، بحيث يعلن عن القيام ببناء وحدات سكنية منخفضة التكاليف قيمة الواحدة منها كذا ...ويتم السداد على كذا...، فيشرع الناس عقب الإعلان باعتبار أن ذلك فرصة لن تعوض، ثم يقومون بدفع الأقساط ويتبين بعد ذلك أن الأمر عبارة عن وهم فتضيع أموالهم ولقد حدث هنا الإيهام بمشروع كاذب،[3] أو الإعلان المتضمن الدعوة للاشتراك في تأسيس شركة ليست لها وجود في الواقع، أو الإعلان الذي تعلن فيه بعض الشركات السياحية عن فوز شخص برحلة بحرية مدفوعة مقدما من جانبها وأنه تم اختياره ضمن عشرة أشخاص للقيام بهذه الرحلة، وعند الذهاب لإدارة الشركة يكتشف أن الرحلة لا تشمل على دفع نفقات الطعام أو الانتقال الداخلي، فإذا سافر الفائز إلى مقر الإقامة وجد أن الوجبات والانتقالات الداخلية و النزهات الداخلية باهظة الثمن وهذا يمثل - بلا شك – نوعا من التضليل الإعلاني لتسويق مشروع كاذب مما يشكل جريمة النصب.[4]

فالإعلان المتضمن تسويق هذه المشاريع من الصعب التفطن للخداع الذي تحمله فهي خدمات، والخدمات ذات طبيعة معنوية لا مادية لا يمكن الحكم على وجودها وصدق ما أثير بصددها من مواصفات إلا من خلال استنفاذها فعلا، على عكس الإعلان الذي يكون

---

1 - http//amaltilimsan.3oloun.org/t4498-topic.

2 - عوض محمد، المرجع السابق، الصفحة 371.

3 - شاكر حامد علي حسن جابر، المرجع السابق، الصفحة 134.

4 - محمد الشناوي، المرجع السابق ،الصفحة 169.

محله تسويق منتج، حيث أن هذه الأخيرة لها طابع مادي ويمكن اكتشافها مع بذل القليل من الجهد والحرص.[1]

و كما سبق وان قلنا انه غالبا ما يتعلق المشروع الوهمي بشركة تجارية وهمية وقد فرق القضاء الفرنسي بين نوعين من الشركات الوهمية فهناك شركات وهمية بمجرد تأسيسها و هناك شركات وهمية بعد تأسيسها .

النوع الأول : شركات وهمية منذ تأسيسها

وذلك باختيار الشركاء فيها المركز الرئيسي و يفتحون مكتب لاستقبال الزبائن ويتلقون منهم الحصص الأولي من الأموال، ثم يختفون بعد ذلك بمجرد الإحساس بأنهم تفطنوا لنصبهم، ومع ظهور الانفتاح ظهر أسلوب جديد للنصب باستعمال وسيلة تأسيس شركات استيراد و تصدير وهمية، هنا يحدد الجاني ضحاياه ممن يعملون في مجال المقاولات ويرسم طريقة الدخول إليهم باعتباره يقوم باستيراد بضاعة من الخارج ويجهز أوراقا تؤكد ذلك، ثم يختار شخصا ممن يعملون في مجال المقاولات و يكتسب ثقتهم ثم يخبرهم بأنه بصدد استيراد صفقة كبيرة من البضاعة من الخارج و انه يرغب في تصريفها مقابل عمولة مغرية لمن يستحضر من يشتريها، و تحت هذا الإغراء المادي يقوم الشخص حسن النية بإحضار العديد من العملاء ممن هو على صلة وثيقة بهم و يعطيهم الأمان و الثقة في الجاني، و بذلك تتم الصفقات ويستولي الجاني على أموال طائلة من الضحايا ثم يختفي .

كما أن هناك شركات وهمية تتخذ أسلوب استئجار شقة كمركز الشركة وتزوير سجل تجاري وفتح حساب بنكي، و يتصل أصحابها بالضحايا من الشركات والتجار للاتفاق معهم على شراء سلعة أو أجهزة ويقومون بالدفع بموجب شيكات ليس لها رصيد .

النوع الثاني : شركات تقوم بعمليات نصب بعد مرور مدة من تأسيسها

هي شركات في الأصل لم تكن للمؤسسين نية القيام بعمليات نصب لكن أثناء حياتها قد يرغب المسيرون في زيادة أرباح الشركة أو التخلص من ديون متراكمة فيقوم المؤسسون باللجوء إلي طرق احتيالية ،فيقومون مثلا شراء سلع مقابل دين من اجل إعادة بيعها في الحال حتى ولو بالخسارة ، أو القيام بإعلانات خادعة للحصول على اكتتابات جديدة أو تقوم بنشاطات غير موجودة في قانونها الأساسي ،لكن هذا النوع من الشركات قليل بالمقارنة مع الشركات التي تنشا وهمية بالتأسيس، و هناك نوع ثالث من

---

1 - خالد موسى توني، المرجع السابق، الصفحة 93.

الشركات الوهمية وهي الشركات التي تكون جزء منها وهميا و الأخر حقيقي ،بعدما كان لها في الأصل وجود حقيقي، وهذا النوع من الشركات نجده بكثرة في مجال الاعمال.[1]

2- الإيهام بوجود سلطة خيالية أو اعتماد مالي خيالي

الإيهام بوجود سلطة خيالية، كمن يدعي أنه قادر على إبراء مريض لاتصاله بالجن والشياطين، و في هذا الإطار صدر قرار عن المحكمة العليا مفاده "أن المتهم ادعى أن بإمكانه اشفاء البنت من مرضها وفتح باب الزواج أمامها، وكتب كلمات في ورق و طلب من أمها حرزه ووضعه في عنقها، وكتب في صحن وطلب منها أن تمحيه بالماء و تغسل به فينقشع عنها السحر ويقبل عليها الخطاب".

وجاء في حيثيات المحكمة العليا أن تصرفات المتهم بهذا الشكل و التوصل إلي اخذ مال الضحية بعد أن أحدث في نفسها الأمل ،تعتبر مناورات كاذبة أوهم الضحية بأنه يملك سلطة خيالية تمكن بمقتضاها من سلب مالها".[2]

كما يعتبر الإيهام بوجود سلطة خيالية من يدعي أن في مقدوره صنع منتج فعال قادر على الشفاء في أقرب وقت، أو الإعلان المتضمن الإدعاء بقدرة المعلن على تسفير العمل إلى الخارج،[3] أما الاعتماد المالي الخيالي يتمثل في إيهام الناس بأنه صاحب ثروة، وأن لديه أموالا طائلة مما يحمل الضحية على التعاقد معه.[4]

3- إحداث الأمل في الفوز أو الخشية من وقوع حادث أو أية واقعة أخرى

قد يعمد المعلن الجاني في سبيل الوصول لمبتغاه إلي إحداث الأمل في الفوز لدي المجني عليه أو إحداث الخشية من وقوع حادث أو أية واقعة أخرى، وعليه سنفصل كل منهما:

1- إحداث الأمل في الفوز

---

1 - عراب مريم ،جريمة النصب في مجال الأعمال ،ماجستير ،جامعة وهران 2012،2011،الصفحات 32و 33.

2 - قرار رقم 88573 المؤرخ في 22/09/1992،المجلة القضائية،العدد 2،الديوان الوطني للأشغال التربوية 1992،الصفحة 286.

3 - DIVIER(P)et DIVIER(F).,*op.cit.*,p.34.

4 - أحسن بوسقيعة،المرجع السابق ،الصفحة 325.

يقصد به خلق الأمل في ذهن المجني عليه من وقوع حادث سار، ويدخل في ذلك خلق الأمل على تحقيق ربح في صفقة أو الكسب في مسابقة ما وأحسن مثال على ذلك فيما يخص المسابقات الإعلانية التي تروج لها وسائل الإعلام المختلفة، والتي تدعو الجمهور للمشاركة فيها لتحقيق من ورائها ربح، وهو في الحقيقة ربح وهمي كما يؤكد المعلن من خلال إعلانه أن المشاركة تتم بإجراءات بسيطة، ليفاجأ بعدها الجمهور بتعقيد هذه الإجراءات وأن ما يحدث لا يعد أن يكون صورة من الوسائل الاحتيالية التي يباشرها المعلن باستخدام هذه الوسائل الإعلانية التي يوليها الجمهور ثقتهم وقناعتهم بصدق كل ما يعلن فيها، وذلك بهدف الاستيلاء على أموالهم وهي نتيجة تتحقق بالفعل في نهاية الأمر، حيث كان الدافع وراء ذلك هو إحداث الأمل لديهم بالفوز، فالمعلن في هذه الصورة لا يسعى إلا لسلب أموال المجني عليه، وما يقوم به من أفعال تتطابق والوسائل الاحتيالية التي اقتضاها المشرع لقيام جريمة النصب.[1]

2- إحداث الخشية من وجود حادث أو واقعة وهمية

يقصد به خلق تخوف في ذهن المجني عليه من وقوع حادث مؤلم، وحصول هذا الضرر بمعناه الواسع سواء كان ماديا أو أدبيا، فيدخل في هذا المعنى الحصول على مال المجني عليه عن طريق ايهامه في سبيل فقد وظيفته ،وأن الجاني سيسعى لعدم حدوث ذلك ويبدو من الوهلة الأولى عند استقرائنا للنص أن نية المشرع تتجه إلى ردع المناورات الرامية إلى الإيهام بوجود حادث سار أو مؤلم غير أن استعمال عبارة أو أية واقعة أخرى يسمح بتوسيع نطاق تطبيق النص، ويبقى طابع الوهم هو العامل المميز في جريمة النصب، فلا جريمة إذا كان الحادث ممكن الوقوع.[2]

وعلى ذلك يمكن القول بأنه يجب حتى يتحقق النصب، فضلا عن اتخاذ وسائل احتيالية أن يكون محل الإعلان عملية وهمية، فالنصب هو اتخاذ مجموعة من الوسائل الاحتيالية بقصد الاستيلاء على مال الغير دون تقديم مقابل، بمعنى أن الجاني من أجل سلب مال المجني عليه يوهمه بأنه سيحقق له ربحا، أو سيعود عليه قدرا من النفع خلافا للحقيقة.[3]

---

1 - خالد موسى توني، المرجع السابق الذكر، الصفحات 235 و 236.

2 - أحسن بوسقيعة، المرجع السابق، الصفحة 326.

3 - (T. Cor. de Rochelle, 13 juin 1966, J. C. P., II, 14685, note. Chavnne (A.

فالمعلن لا يقدم أي مقابل للمال الذي سلبه، أما إذا قدم مقابلا لما تلقاه من المجني عليه ولو كان هذا المقابل أقل من المقابل الذي كان في ذهن المجني عليه، فلا يعد مرتكبا لجريمة النصب إذ أن النصاب حتى ولو كان معلنا، لا يقدم إلا وهما. وعلى هذا الأساس تميز الكثير من الأحكام القضائية في هذا الصدد بين من يقدم شيئا حقيقيا بالرغم من أنه يبالغ في الإعلان عن منتجاته أو خدماته، ويكذب فيها إلا أنه مع ذلك يقدم شيئا ملموسا حقيقيا مقابل ما يحصل عليه، وبين من يقدم وهما فقط. وهذا التميز تبرره اعتبارات العدالة التي تأبى معاملة من يستغل حماقة الناس ويستثمر بؤسهم، فيستولي على أموالهم دون مقابل،[1] وعليه حتى نقول أن المعلن الجاني ارتكب طرقا احتيالية لابد أن يهدف إلى أحد هذه الأغراض المحددة على سبيل الحصر.

رابعا: معيار جسامة الخداع الإعلاني الذي تقوم به جريمة النصب

تختلف أساليب الخداع فيما بينهما من حيث صلاحيتها للتأثير على أشخاص تتفاوت درجات ذكائهم و خبراتهم تجاوزا كبيرا، فبعضها لا يؤثر على غير السذج البسطاء، وبعضها قد يؤثر على أشخاص متوسطي الذكاء والحرص، ومنها ما قد ينخدع به شديد الذكاء والحرص، فبأي درجة من السبك يتطلبها القانون ليكون أسلوب الخداع الإعلاني صالحا لقيام جريمة النصب به؟ هل يشرط فيه أن يكون جيد السبك بحيث يصلح للتأثير على الشخص المتوسط الفطنة و الحرص، بحيث إذا لم يكن كذلك وانخدع به المجني عليه لسذاجته فلا يقوم بذلك نصب أم تكفي أي درجة من السبك طالما أن المجني عليه قد خدع به ولو كان شخص عادي لا ينخدع به؟

انقسمت الآراء في الإجابة على هذا التساؤل معتمدين على معايير فمنها ما اخذ بالمعيار الموضوعي ومنها ما اخذ بالمعيار الشخصي أو الذاتي بل ومنها ما اعتمد على معيار مختلط يجمع كل من المعيارين الشخصي و الموضوعي:[2]

1- المعيار الموضوعي

يفترض أن تكون أساليب الاحتيال متقنة ومحبوكة إلى الحد الذي يجعلها صالحة لخداع الشخص المعتاد، وهو الشخص متوسط الذكاء والحذر والحرص، بغض النظر عن درجة ذكاء المجني عليه بالذات، و يعني ذلك أن الأساليب التي يلجا إليها الجاني إذا كانت من البساطة والسذاجة بحيث لا تخدع الشخص المعتاد فإنها لا تصلح لتكوين فعل الاحتيال، فإذا أقام بها المتهم فانه لا يسال عن جريمة النصب ولو كان المجني عليه من السذاجة بحيث انخدع بها فسلم ماله للجاني، ويستند هذا الرأي إلى أن القانون يفترض في

---

1 - عبد الفضيل محمد أحمد، المرجع السابق، الصفحة 281.

-BLONDET Maurice ,l'escroquerie à la publicité.1953.chron.p133.

2 - محمود نجيب حسني، المرجع السابق، الصفحة 221.

الناس قدرا أدني من الفطنة والحذر بحيث لا يصدقون الكذب ولو مدعم بمظاهر خارجية يحاول به الغير خداعهم والاستيلاء على أموالهم، فإذا لم يتوافر لدى المجني عليه هذا القدر من الحذر والحيطة فقد فرط في حق نفسه، والقانون لا يحمي هؤلاء المقصرين.[1]

وقد أخذت بهذا المذهب العديد من الأحكام القضائية الفرنسية عندما اعتبرت قيام جريمة النصب من خلال الإعلان متى تضمنت وسائل احتيالية ينخدع بها الشخص العادي، والمراد بالشخص العادي في هذا الخصوص ذلك الشخص الذي تدنو خصائصه النفسية والذهنية من متوسطها عند عموم الناس.[2]

كما سلك القضاء المصري مسلك القضاء الفرنسي عند تبنيه لهذا المعيار في قضية لمحكمة النقض المصرية عندما اعتبرت أن استعانة المتهم في تأييد مزاعمه بنشر إعلانات عن نفسه وعن مشروعه الوهمي وعن فتحه حسابا في أحد البنوك لإيداع الأموال التي يساهم بها الآخرون في مشروعه، وإسباغه أهمية كبيرة على الشركة التي أنشأها و يديرها متخذا لها مقرا فخما و مدعيا بتعدد مجالات نشاطها تتحقق به المظاهر الاحتيالية في جريمة النصب، و قالت المحكمة إن مثل هذه المظاهر تؤثر في عقلية الجمهور.[3]

ويعاب على هذا المعيار من وجهتين: فمن ناحية يختار المحتالون ضحاياهم في الغالب من بين السذج والبسطاء فهم الذين يسهل خداعهم ، ومن ناحية ثانية فإنه إذا عثر المحتال على ضحية ساذجة فهو في غير حاجة لأن يستعمل وسيلة جيدة السبك بل تكفيه وسيلة توقع هذه الضحية في الغلط و تحقق له غرضه، ويعني ذلك أن عيب هذا الاتجاه أنه يقود إلى إخراج معظم حالات الاحتيال من طائلة العقاب ، فهو يحرمهم من حماية القانون في حين أنهم اشد الناس أحتياجا إليها[4] ،و يضاف إلى ذلك أن فكرة الرجل العادي فكرة غير منضبطة يصعب معها وضع حدود للغلط الذي يقع فيه المجني عليهم.[5]

2 - المعيار الشخصي

1

2- فوزية عبد الستار، المرجع السابق،الصفحات 840 و 841.

2

- Cass Crim, 28 avril 1984, J.C .P.1964, 11, 13719.

3

- نقض جنائي مصري 13ديسمبر 1970، مجموعة أحكام النقض، س 21، بند 294، الصفحة 1212، مأخوذ عن ،احمد أبو الروس، المرجع السالف الذكر،الصفحة 394.

4

- محمود نجيب حسني، المرجع السابق، الصفحة 222.

5

- القهوجي علي عبد القادر، المرجع السابق، الصفحة 808.

وبموجبه يتم التحري فيما إذا كانت وسائل الخداع التي لجأ الجاني إلى استخدامها كافية للوقوع في الغلط الشخص الذي قصد الجاني إيقاعه في الغلط بالذات، بصرف النظر عما إذا كان من شأنه خداع غيره، ممن هم أكثر منه ذكاء وفطنة أم ليس من شأنه ذلك.

وهو معيار نسبي تقاس فيه كل حالة طبقا لحالة المجني عليه العقلية والثقافية والاجتماعية والظروف التي أحاطت به.[1]

و ينتقد جمهور الفقه هذا المعيار على اعتبار أنه معيار غير منطقي لأنه يقتضي البحث في شخصية ملتقي الإعلان في كل مرة والكشف عما يتمتع به من يقضه وفطنة وذكاء، وهو أمر خفي يصعب على القاضي تقديره أو الوصول إليه في وقت يسير ولو كان مدققا في كشفه فهو بهذا يجعل عقاب الجاني أو عدمه متوقف على درجة ذكاء المجني عليه وحرصه، فان كان ذكيا بحيث تمكن من كشف الحيلة فلا عقاب المتهم بينما لو كان محدود الذكاء فانطلت عليه الحيلة وقع العقاب على الجاني.[2]

3- المعيار المختلط

قال به: الدكتور خالد موسي توتي ويقوم هذا المعيار على الجمع بين المعيارين الموضوعي و الشخصي معا، وذلك في مسالة المعيار المعتمد في حالة وقوع المهني المتعاقد داخل دائرة اختصاصه في الخداع بالرغم ما يتمتع به من خبره ودراية بصدد المنتج أو الخدمة التي يتعاقد عليها،[3] فجانب من الفقه الفرنسي ذهب إلى أنه بصدد التعاقد بين المحترفين فان المتعاقد الذي يخاطبه الإعلان يقع على عاتقه الالتزام بالاستعلام عن كافة البيانات والتفاصيل المتعلقة بالمنتج أو الخدمة محل التعاقد، وبحسب قول محكمة النقض الفرنسية فان الالتزام بالإعلام والنصيحة الذي يقع على عاتق المعلن لا يعفي الطرف الآخر من الاستعلام والحرص والتبصر حال تعاقده معه.[4]

إلا أنه و حسب رأي الدكتور توني أن المتعاقد المحترف، شأنه في ذلك شأن الشخص العادي، إذ أن الإعلان المزيف لا يعدو أن يكون صورة خاصة من النصب

---

1 - الفريق طاهر جليل الحبوش، جرائم الاحتيال أساليب الوقاية والمكافحة، أكاديمية نايف للعلوم الامنية 2001، الصفحة 68.

2 - عبد الفضل محمد أحمد، المرجع السابق، الصفحة 177،- فوزية عبد الستار، المرجع السابق، الصفحة 842.

3 - خالد موسى توني، المرجع السابق، الصفحة 97.

4 - LE TOURNEAU (p.), les professionnels ont –ils du coeur ?, D 1990, ch., p 25,

- (Cass crim; 11 février, 2003, petites. affiches, 17 septembre 2003 .note Triboulet (p.

يستخدم فيها الجاني الإعلان كوسيلة لممارسة بعض الطرق الاحتيالية التي تهدف إلى الإيهام بأمور معينة، تدفع المتعاقد في هذه الحالة للتعاقد ، واعتبر أن المعيار الموجب لمسالة الجاني في هذه الحالة هو المعيار المختلط بحيث يلتزم أن يكون الشخص الذي ينخدع بالطرق الاحتيالية متوسط الذكاء والحرص إذا وجد في نفس ظروف المجني عليه ،واعتبر أنه إذا كانت الأساليب التي لجأ إليها الجاني من شأنها أن تخدع الرجل المعتاد في مثل ظروف المجني عليه، وأدى ذلك إلى خداعه فعلا وقعت الجريمة هنا كاملة، أما إذا لم ينخدع بها لزيادة حرصه وذكائه عن الرجل المعتاد الموجود في مثل ظروف المجني عليه، فان الجريمة تقف عند حد الشروع وهذا المعيار هو ما أخذت به محكمة النقض عند تقديرها لمعيار الإيهام في جريمة النصب،[1] يضاف إلى ذلك أنه إذا نجح المعلن في خداع المتعاقد المحترف فان الفرض القائم في هذه الحالة أنه استخدم وسائل إعلانية تحمل قدرا كبيرا من الخداع المتقن و المحبوك أدى إلى خداع مهني محترف في نطاق عمله مما دفعه إلى التعاقد.[2]

المطلب الثاني: النتيجة الإجرامية و الشروع في جريمة النصب الإعلاني

كل ما تم ذكره في المطلب الأول إنما هو عن وسائل التدليس والاحتيال التي يستعملها الجاني في إعلانه، والمتمثلة في أسماء أو صفات كاذبة ،وكذا المناورات الاحتيالية التي تعتبر تمهيدا لمرحلة قادمة يضمرها الجاني وهي الاستيلاء على مال الغير والذي بوجوده تكتمل الجريمة، إلا أنه قد يطرأ طارئ خارج عن إرادة الجاني وتقف الواقعة عند حد الشروع، وعلى ما سبق سيتم التطرق للنتيجة الإجرامية (الفرع الأول) ثم الشروع في النصب الإعلاني (الفرع الثاني).

الفرع الأول:النتيجة الإجرامية في جريمة النصب الإعلاني

بالنظر إلى نص المادة 372 من قانون العقوبات الجزائري، نجد المشرع الجزائري قد حدد النتيجة الإجرامية المتمثلة في الاستيلاء على المال بقوله : " كل من توصل إلى استلام، أو تلقي أموال أو منقولات أو سندات أو تصرفات أو أوراق مالية أو وعود أو مخالصات أو إبراء من التزامات أو إلى الحصول على أي منها ..... ".

فالمادة عرفت المال محل الجريمة، و المشرع استعمل عمدا عبارات عامة بغية حماية الغير من المناورات الهادفة إلى إقامة أو إزالة روابط قانونية.[3]

---

1 - فوزية عبد الستار، المرجع السابق، الصفحة 843.

2 - خالد موسى توني، المرجع السابق، الصفحة 99.

3 - أحسن بوسقيعة، المرجع السابق، الصفحات 326و 327.

وكذا نص عليها المشرع المصري في المادة 336 عقوبات، فقرر أنها التوصل إلى "الاستيلاء على نقود أو عروض أو سندات دين أو سندات مخالصة أو أي شيء منقول".[1]

فالاستيلاء في جريمة النصب يقصد به حيازة الجاني للمال حيازة كاملة بعنصريها المادي والمعنوي، والصورة التي تتحدد بها تلك النتيجة تتخذ الخطوات التالية: المال في حيازة المجني عليه، يستخدم الجاني حياله إحدى الوسائل الاحتيالية التي توقعه في غلط يدفعه إلى تسليم المال فيستولي عليه الجاني، أي أن استيلاء الجاني على المال كنتيجة تسليم هذا المال من المجني عليه، ويقصد بالتسليم تمكين المحتال من السيطرة على المال محل التسليم سيطرة تسمح له بالاستيلاء عليه، أو هو وضع المال بين أيدي المحتال برضاء المجني عليه المشوب بالغلط تمهيدا للاستيلاء عليه.[2]

وهو شرط ضروري في جريمة النصب لا تقوم بدونه ولو أسفر الغلط عن خسارة مادية لحقت بالضحية، إلا أن تخلف التسلم لا يؤدي في جميع الأحوال إلى عدم وقوع الجريمة،وإنما قد يسفر هذا التخلف إما عن عدم وقوع الجريمة أصلا أو عن عدم تمامها فتصبح الواقعة شروعا معاقب عليه وذلك ليس حكما تنفرد به جريمة النصب، ولكنه مجرد تطبيق للقواعد العامة في الشروع، والتسليم الذي يترتب على تخلفه امتناع وقوع جريمة النصب تامة أو في صورة شروع هو التسليم الذي يستحيل حدوثه تماما في ضوء ظروف الواقعة و طبقا لخطة الجاني ،فلا يترتب على تخلفه امتناع وقوع الجريمة و إنما يمتنع تمامها فحسب فتقف لهذا السبب عند حد الشروع،فإذا استخدم الجاني طريقة من طرق الاحتيال أوقعت بالمجني عليه في الغلط ثم كشف هذا الغلط في اللحظة الأخيرة قبل أن يقدم على التسليم فامسك عنه، فان الجاني يعد شارعا في جريمة النصب، لان التسليم في منطق الواقعة كان ملحوظا ومقصودا أو كان محتملا أيضا لولا ظرف خارجي حال دون وقوعه ،ولذلك فان امتناعه لا ينفي الجريمة و إنما يحول فحسب دون تمامها[3].

و لا يشترط أن يحصل التسليم من نفس الشخص الذي كان فريسة لخداع الجاني أي الذي غشه الجاني بوسائله الاحتيالية، بل يجوز أن تستعمل الطرق الاحتيالية مع شخص، ويحصل التسليم من شخص أخر[4]، فليس من طبيعة جريمة النصب ما يحول دون أن تصدر المناولة عن شخص غير المجني عليه ،وتطبيقا لذلك فانه إذا أوهم

---

1 - فوزية عبد الستار، المرجع السابق، الصفحات 860و 861.

2 - القهوجي علي عبد القادر، المرجع السابق، الصفحة 798.

3 - المنشاوي عبد الحميد، جرائم النصب و الاحتيال في ضوء الفقه و القضاء ، دار الفكر الجامعي الاسكندرية،(ب ت ن) ، الصفحات 59و 60.

4 - عوض محمد، المرجع السابق، الصفحات 405و 406.

المدعى عليه شابا بقدرته على تعيينه في المنصب الذي يتمناه نظير مال يسلمه إليه فطلب الشاب من أبيه أن يسلم ذلك المال، فان جريمة الاحتيال تتوافر بذلك أركانها وبالتالي تسليم المجني عليه مال إلى الجاني يكون مرهونا بالوسائل الاحتيالية التي استخدمها المعلن في إعلاناته و يستوي في ذلك أن يكون تسليم هذا المال عن طريق المجني عليه ذاته أو عن طريق شخص أخر كلفه المجني عليه تسليمه للجاني، كما تقع جريمة النصب أيضا لو سلم المجني عليه المال لغير المعلن، كما لو سلمه لممثله أو نائبا عنه أو أحد تابعيه أو أودعه في حساب عينه المعلن ليتلقى هذا المال[1].

أولا: تكييف الضرر في جريمة النصب الإعلاني

من القضايا التي أثارت جدلا كبيرا بين الفقهاء مسالة اشتراط حصول الضرر، هل يلزم من وجوده قيام جريمة النصب أم يكفي لقيامها حصول الاعتداء على الملكية و الإرادة فقط؟.

1– اشتراط حصول الضرر

اشتراط الضرر موضع خلاف بين الفقهاء ولكن شقة الخلاف ليست متسعة بين من يتطلبون الضرر ومن يرفضون اشتراطه، فمن يتطلبونه لا يتشرطون ضرر حال بل يكتفون بالضرر المحتمل، أي ضرر ليس له وجود في الحال، بل وليس وجوده في المستقبل مؤكدا، ومن ناحية ثانية لا يشترطون أن يصيب الضرر المجني عليه نفسه بل يجوز أن يصيب أي شخص آخر ويفترض هذا الوضع أن يكون للمجني عليه من الوجهة الواقعية أو القانونية مكنة التصرف في مال غيره[2].

فالضرر هو الأثر المتولد عن الجريمة ويمكن تقديره بمبلغ من المال لأنه يتعلق بما لحق المضرور من خسارة و ما فاته من كسب، وعلى هذا فمن الجائز أن يكون للمجني عليه وهو من وقعت عليه النتيجة ويكون المضرور في النصب شخص آخر،ومن الجائز كذلك أن يكون المجني عليه هو المضرور من الجريمة كما لو كان المنقول الذي سلمه هو من أمواله الخاصة.[3]

فبعدم اشتراط الضرر ذهب الكثير من الفقهاء الفرنسيين و قالوا أن الركن المادي للجريمة يكتمل بالاحتيال والاستيلاء، وأن الضرر لا حاجة إليه لأنه شرط لا يلتزمه القانون على هذا تجري أحكام القضاء الفرنسي، فقد حكم بأن جريمة النصب تقع إذا حمل البائع المشتري بطرق احتيالية على الشراء ولو كان ما اشتراه يساوي قيمة ما دفعه تقريبا، إلا أن جانب آخر من الفقه يلتزم الضرر لوقوع جريمة النصب وحجتهم في ذلك

---

1 - خالد موسى توني، المرجع السابق، الصفحة 210.

2 - محمود نجيب حسني، المرجع السابق، الصفحات 259و 260.

3 - ثروت جلال، المرجع السابق، الصفحة 181.

أن القانون لا يشترط في هذه الجريمة أن يؤدي بالاحتيال إلى سلب جزء من ثروة المجني عليه، وذلك يعني أنه لابد من ضرر مادي ينقص من ثروته، فالذي يجب أن يكون موجودا مهما كانت الوسيلة المستعملة وجود الضرر وإمكانية الضرر المسبب لمن استعمل اتجاهه الاسم الكاذب أو الصفة الكاذبة أو استعملت اتجاهه المناورات الاحتيالية[1].

أما في مصر فذهب رأي إلى القول بأنه يلتزم أن يلحق بالمجني عليه في النصب ضرر مادي محقق أو محتمل، فإذا انتفى هذا الضرر فلا تقوم الجريمة، فإذا لم يحصل انتقاص للثروة فلا نصب،كما أن أحكام محكمة النقض تشترط الضرر وتكتفي بالضرر المحتمل، بقولها أنه يكفي لتحقيق جريمة النصب أن يكون الضرر محتمل الوقوع.[2] وطبقت هذا المبدأ في حكم قررت فيه أنه إذا كان الثابت أن المتهمين احتالوا على المجني عليه و حصلوا على ماله مقابل بيع كتب له فلا محل للقول بعدم توافر ركن الضرر بحجة أن الكتب تساوي الثمن الذي طلبه عنهما، لأنه يكفي لتكوين الجريمة احتمال وقوع الضرر، و الضرر محتمل وقوعه هنا من محاولة تضليل المجني عليه وحلمه على أن يشتري كتبا ما كان ليشتريها لولا التأثير الذي وقع عليه[3] .نفس الشيء ما يحصل لمتلقي الإعلانات وما لهذه الأخيرة من تأثير على حرية الاختيار.

و ذهب رأي ثاني إلى أن النصب كالسرقة لا يتطلب أكثر من وقوعه على منقول مملوك للغير، وأن الضرر هنا كما هو هناك عنصر مفترض ومترتب على خصائص الجريمة نفسها ووقوعها على مال الغير، ذلك أن هذه الطائفة من الجرائم يهدف بها القانون إلى حماية حرمة الملكية في حد ذاتها بما يخوله المالك من حق التصرف في ملكه بالكيفية التي يريدها، وفي الوقت الذي يراه و بالمقابل الذي يجده مناسبا، فالضرر المباشر الذي يحضره القانون في هذه الجرائم هو المساس بحقوق المجني عليه على ماله من وجهة مادية بانتقاص ثروته، ومن جهة معنوية بانتقاص حريته في التصرف في الشيء عندما يريد وبالكيفية التي يريدها هو، لا عندما يريد الجاني وبالكيفية التي يراها[4].

وعلى هذا الأساس فمتى حصل تسليم المال بناء على وسيلة من وسائل التدليس في النصب تمت الجريمة، وكان الجاني مستحقا لعقوبتها ولو لم يصحب المجني عليه ضرر منها، فالضرر ليس شرط في جريمة النصب و عبارة "سلب كل ثروة الغير أو بعضها"

---

1 - عوض محمد، المرجع السابق، الصفحة 396.

2 احمد أبو الروس،المرجع السالف الذكر ، الصفحة 424.

3 - احمد أبو الروس، نفس المرجع،الصفحة 424.

4 - رءوف عبيد، المرجع السابق، الصفحات 504و 505.

لا تفيد أكثر من أن الجاني يحصل على مال من المجني عليه ولو كان حصوله عليه بمقابل، أي لو لم يترتب على النصب نقص في الذمة[1] و بهذا القول قال أكثر الفقهاء[2].

أما عن موقف المشرع الجزائري فقد تطلب الضرر لقيام جريمة النصب، وجعله من عناصر الجريمة عندما تطلب في الاستيلاء على المال أن يكون قد استعملت فيه "الاحتيال لسلب كل ثروة الغير أو بعضها" ،و يعد سلب ثروة الغير هو الضرر المادي الذي يلحق بالمجني عليه بناءا على طرق احتيالية أو تم الاستيلاء على المال بناء على اتخاذ اسم كاذب أو صفة غير صحيحة.[3] فإذا لم يحصل انتقاص للثروة أي ضرر للمجني عليه فلا نصب.[4]

و كان على المشرع الجزائري العدول عن اشتراط الضرر لقيام جريمة النصب، إذ اثبت أن الاعتداء على حرية الإرادة والتصرف يعد ضررا محضا يصيب المجني عليه، خصوصا عندما يتعلق الأمر بالإعلان وماله من تأثير نفسي على متلقيه حينما يدفعه إلى عالم الشعور ويستشير الطلب الكامن لديه و يدفعه إلي شراء سلعة لم يكن في الأصل متجها لشرائها،[5] فسلوك المعلن في هذه الحالة يعتبر اعتداء على حرية الإرادة والتصرف كما يشكل ضرر للمجني عليه كافيا في حد ذاته لقيام جريمة النصب، إضافة إلى ذلك أن عدم اشتراط الضرر في الجريمة من شأنه أن يعفي القضاء من إثبات الضرر المادي المتمثل في الانتقاص من الثروة، وبعدمه تنعدم الجريمة و هذا ما يفتح باب واسع للمحتالين للإفلات من العقاب.

ثانيا: إثبات التسليم في جريمة النصب الإعلاني

يجوز إثبات التسليم في النصب عامة و النصب الإعلاني بصفة خاصة بكافة الطرق ولو جاوزت قيمة المال محل التسليم،فمتى قام المعلن إليه بتسليم المال إلى المعلن بتأثير الاحتيال الذي وقع فيه نتيجة للطرق و المناورات الاحتيالية التي ارتكبها المعلن الجاني تحققت النتيجة الإجرامية و توافرت العلاقة السببية بين الطرق الاحتيالية و الاستيلاء على المال المملوك للمعلن إليه ،و إثبات قيام المجني عليه بتسليم المال إلى

---

1 - محمود محمود مصطفى، شرح قانون العقوبات، القسم الخاص، مطبعة جامعة القاهرة، الطبعة 8، 1984، الصفحة 563.

2 - فوزية عبد الستار، المرجع السابق، الصفحة 864. - محمد صبحي نحم، المرجع السابق، الصفحة 239. - ثروت جلال، المرجع السابق، الصفحة 181.

3 - فريجة حسين، المرجع السابق، الصفحة 275.

4 - عبد الله سليمان،القسم الخاص، المرجع السابق، الصفحة 241.

5 - DIVIER (P)et DIVIER(F), *op. cit* ; P02.

المعلن يخضع لقواعد الإثبات الجنائي دون قواعد الإثبات المدني، ذلك أن الأمر يتعلق بعنصر من عناصر الركن المادي في جريمة النصب في الإعلان لجريمة النصب ،مما يقتضي أن يتم إثبات توافر هذا العنصر طبقا لقواعد الإثبات الجنائي، وإذا كان المشرع الجنائي لم يستلزم أدلة إثبات معينة في هذه الجريمة فيجوز إثبات حصول التسليم بشهادة الشهود.

ثالثا: شروط المال محل الاحتيال

لقد اشترط الفقهاء في المال محل الجريمة عدة شروط وسوف نأتي على ذكرها و هي كالتالي:

1- أن يكون المال محل الاحتيال له صفة المال[1]

و يترتب على هذا الشرط أنه إذا لم يكن الجاني متجها بخداعه إلى الاستيلاء على شيء له صفة المال فان جريمة النصب لا يتصور بذلك قيامها،[2] فالمال الذي يستولي عليه المعلن المحتال من جراء وضعه لإعلانات مزيفة في الغالب هي نقود من تنطلي عليهم تلك الحيل.

2- أن يكون المال محل الاحتيال مملوكا للغير

يعني أن يكون الشيء محل النصب مملوكا للغير وعلة هذا الشرط أن الاحتيال اعتداء على حق الملكية، وهذا الاعتداء غير متصور إلا إذا كان المال الذي نصب عليه مملوكا للشخص غير المحتال، ذلك أنه إذا كان ملك له أو كان غير مملوك لأحد فلا يتصور ذلك الاعتداء على الملكية التي تتطلبه جريمة النصب فيجب أن يكون هدف الجاني هو الاستيلاء على مال غير مملوك له.[3]

---

1 - المال إسم مذكر، شيء مادي قابل للتملك، مراد فه مال مادي بخلاف حق في صيغة الجمع، بالنسبة إلى أحد الأشخاص جميع العناصر المنقولة أو الثابتة التي تؤلف ذمته المالية، جيرار كورتو معجم المصطلحات القانونية، ترجمة، منصور القاضي، المؤسسة الجامعية، الطبعة الأولى، 1998، الصفحة 1351.

2 - محمود نجيب حسني، المرجع السابق، الصفحات 276 و 277.

3 - أن يكون المال محل الاحتيال ذو طبيعة مادية

علة هذا الشرط أن النتيجة الإجرامية في النصب هي التسليم الذي يفترض مناولة مادية من المجني عليه أو من يمثله أو يعمل لمصلحته إلى النصاب أو من يعينه والأصل أن هذه المناولة أن تصب على شيء ذي كيان مادي ويستوي في ذلك أن يكون محل الاستيلاء نقود أو أي منقول آخر له قيمة مادية كالشيكات أو الفواتير وبالإضافة إلى ذلك فان الاحتيال اعتداء على الملكية ولا تصلح محلا للملكية سوى الأشياء المادية، وبالتالي فالمنفعة لا تصلح محلا للنصب.[1]

4- أن يكون المال محل الاحتيال منقولا

كما يشترط في المال محل الجريمة أن يكون منقولا فمحل الاستلام حسب نص المادة 372 من قانون العقوبات الجزائري "هو أموال أو منقولات أو تصرفات أو أوراق مالية أو وعود أو مخالصات أو إبراء من الالتزامات "، فلا يقع النصب على عقار.[2]

وعليه فان النتيجة الجرمية المتمثلة في الاستيلاء على مال الغير هي ما يسعى إليه الجاني في آخر المطاف، فالجاني يستولي على مال منقول أيا كان الشكل الذي يتخذه إلا أنه قد يقع عامل خارج إرادة الجاني يحول دون تحقيق النتيجة و تتوقف بذلك الواقعة عند حد الشروع.

الفرع الثاني: الشروع في جريمة النصب الإعلاني

تحدثنا سابقا عن عناصر جريمة النصب ألا وهي استعمال وسيلة من وسائل التدليس والاحتيال التي حددها القانون على سبيل الحصر، والنتيجة الإجرامية التي موضوعها تسليم المال إلى الجاني برضا المجني عليه الواقع تحت تأثير غلط الذي تحمله الإعلانات، فإذا تحققت هذه العناصر تمت الجريمة وإذا انتهت قبل حصول النتيجة لأمر خارج عن إرادة الجاني كان الفعل شروعا، ومن خلال ذلك يتم التطرق لمفهوم الشروع (أولا) ثم خصوصيته في جريمة النصب الإعلاني (ثانيا).

أولا: مفهوم الشروع

لم يعرف المشرع الجزائري الشروع و لكن عبر عنه بالقول :"كل محاولة لارتكاب جناية 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

3
- رؤوف عبيد، المرجع السابق، الصفحة 501.

1
- محمود نجيب حسني، المرجع السابق، الصفحات 278و 279.

2
- أحسن بوسقيعة، المرجع السابق، الصفحة 327.

عن إرادة مرتكبها حتى و لو لم يكن بلوغ الهدف المقصود بسبب ظرف مادي يجهله مرتكبه"[1] ،وقد قضي بان القانون لم يعرف البدء في التنفيذ و لم يميزه عن الأعمال التحضيرية ،غير انه من المسلم فقها و قضاء أن الأعمال التحضيرية لا تعتبر محاولة و لا يعاقب عنها القانون باعتبارها شروعا، لأنها لا تدخل في تكوين الجريمة ولا تكشف عن نية صاحبها بصفة دقيقة و واضحة. أما الأعمال التنفيذية فإنها بالعكس تتجاوز نطاق التفكير و التحضير و تدخل في تكوين الركن المادي للجريمة كما أنها ترفع الشك واللبس عن نية الفاعل الإجرامية لذلك يتدخل القانون بالعقاب عليها كما يتعرض للبطلان و النقض الحكم القاضي ببراءة المتهم رغم ثبوت البدء في ارتكاب الجريمة [2].

لذلك فيراد بالشروع ذلك السلوك الذي يهدف به صاحبه إلى ارتكاب جريمة معينة كانت لتقع بالفعل لولا تدخل عامل خارج عن إرادة الفاعل حال في اللحظة الأخيرة دون وقوعها.[3]

ثانيا: خصوصية الشروع في جريمة النصب الإعلاني

كل ما تم ذكره انفا هو القاعدة العامة التي تحكم مبدأ الشروع في القانون الجنائي و أن السلوك الإجرامي للفاعل إذا لم يصل إلى النتيجة المبتغاة كان فعله ناقصا عن إتمام الجريمة وعدّ فعله مجرد شروع.

1– مراحل الشروع في جريمة النصب الإعلاني

ا- العمل التحضيري

يعد عملا تحضيريا كل نشاط يأتيه المدعى عليه قبل مرحلة استعمال أساليب الخداع إزاء المجني عليه. أي كل نشاط يأتيه قبل سعيه إلى الاتصال بالمجني عليه لخداعه. وعلى هذا النحو فإن الحد الفاصل بين العمل التحضيري والبدء في التنفيذ هو السعي للاتصال بالمجني عليه لخداعه. فكل ما سبق هذا السعي هو مجرد عمل تحضيري، وهذا السعي في ذاته هو البدء في التنفيذ ،و تطبيقا لذلك فإن إعداد الدسائس و ترتيبها و العمل على إعطائها الحجة وقوة التأثير كل ذلك أعمال تحضيرية طالما أنها لم تتبع بعمل يستهدف أن يباشر تأثيرها على المجني عليه وبناءا على ذلك فإن من يزور شهادة لكي يؤكد بها مزاعمه الكاذبة على السلعة أو الخدمة الوهمية يعد تزويره هذا - و إن كان جريمة في ذاته - عملا تحضيريا للنصب، كذلك من يعد مكاتب الشركة الوهمية

---

1 - المادة 30من قانون العقوبات الجزائري المرجع السابق، الصفحة 14.

2 - قرار الغرفة الجنائية الصادر في 4/9/1969 جيلالي بغدادي ،الاجتهاد القضائي في المواد جزائية ،ج 2 الديوان الوطني للأشغال التربوية،الطبعة الاولى 2001 ،الصفحة 215.

3 - بهنام رمسيس،المرجع السالف الذكر،الصفحة 698.

الـتي يـدعو النـاس إلـى الاكتتـاب فيهـا، كـل أولئـك لا يجـاوز نشـاطهم مرحلـة العمـل التحضيري للاحتيال.[1]

ب- البدء في التنفيذ

يعد بدء في التنفيذ كل فعل يستعمل بـه المتهـم أسـاليب قبـل المجنـي عليـه سـواء كـان موجودا في الحال أم يأمل المتهم تأثره بهذه الأساليب في المستقبل، ونعني ذلـك أنـه ليـس بشرط للبدء في التنفيذ أن يكـون المتهـم قـد اتصـل بالفعـل بـالمجني عليـه وعـرض عليـه أكاذيبه و حاول التأثير عليه ،بل يكفي أنه سعى إلـى ذلـك أي أنـه خطـى أول خطـوة فـي طريق اتصاله به وإن لم يكن بعد قد واجهه وكان المجنـي عليـه تبعـا لـذلك لـم يعلـم بمـا أعده الجاني من أكاذيب و مشروعات وهمية ، وتطبيقا لذلك فإن المتهم يعتبر شارعا فـي النصب الإعلاني إذا قـدم شـهادة مـزورة إلـى المجنـي عليـه ليـدعم بهـا أكـاذيبه، أو نشـر إعلان في جريدة يبين فيه مزايا الـشركة الوهميـة الـتي يـدعي العـمل علـى تأسيسـها أو وقف في جمع من الناس يحدثهم عن مزايا مشروعه الوهمي ويقرأ عليهـم أوراق مـزورة يـدعم بهـا أقـوالهم، أو يرتـدي ملابـس المشـعوذين ويبـدأ يوضـح للنـاس كيـف يسـتطيع تخليصهم من مرضهم، أو أن يقدم إلى المجني عليه زجاجة موهما إياه أن بـداخلها خمـرا في حين أنها تحتوي على ماء ملونا مع تدعيمه لهذه الأساليب بتقديم زجاجة أخرى حاملة البيانات الدالة على نوع تلك الخمر و تكون الواقعـة فـي نفـس الـوقت شـروعا فـي خـداع المتعاقد معه في حقيقة البضاعة وذاتيتها.[2]

وعليه تقـف مسؤولية المعلـن الجـاني عنـد حـد الشـروع فـي النصـب الإعلانـي إذا استخدم المعلن الوسائل الاحتيالية في إعلانه، بقصد حث المجنـي عليـه علـى تسـليم مـاله إليه مع تخلف هذه النتيجة عن الحصول ،و بالتـالي فالشـروع يتحقـق إذا بـدأ الجـاني فـي استعمال وسائل التدليس و لكنه عجز عن إتمامها و إذا تم أفعال التدليس و لم يترتب عليه خدع المجني عليه، وإذا تم هذه الأفعال وترتب عليها وقوع المجني عليه في الغلط و لكنه لم يسلمه المال لسبب ما.[3]

ومنه نستنتج أن لقيام الركن المادي لجريمة النصب التي تقع في نطـاق الإعلانـات التجارية أن يأتي الجـاني لفعـل زائـد نتيجـة، فالسـلوك هـو اسـتعماله لوسـيلة مـن وسـائل التدليس و الاحـتيال التي حددها المشـرع علـى سـبيل الحصـر، وهـي اسـتعمال أسـماء أو صفات كاذبة وكذا المناورات الاحتيالية الـتي تتمثـل فـي أشـياء يرتبهـا الجـاني أو ظـرف يستغله أو شخص من الغير يستعين به. أمـا النتيجـة الجرميـة وهـي الاسـتيلاء علـى مـال

---

1 - محمود نجيب حسني، المرجع السابق، الصفحة 272.

2 - محمود نجيب حسني، المرجع السابق، الصفحات 272و 273. - محمد صبحي نجم، المرجع السابق، الصفحة 143.

3 - خالد موسى توني، المرجع السابق، الصفحة 211.

الغير من خلال الإعلانات الزائفة فإذا تخلفت هذه النتيجة كانت الواقعة مجرد شروع، إلا أنه لا يكتمل الركن المادي بمجرد إتيان المعلن الجاني للفعل والنتيجة بل لابد من وجود علاقة بينهما كما لا تكتمل الجريمة بمجرد ارتكاب ماديات الجريمة فقط.

المبحث الثاني: العلاقة السببية والإسناد المعنوي لجريمة النصب في الإعلان

تعتبر العلاقة السببية العنصر الثالث لقيام جريمة النصب وهي بمثابة الرابط بين الاحتيال الإعلاني و استيلاء المعلن على مال المجني عليه، كما يعتبر الإسناد المعنوي هو الآخر العنصر الثاني من العناصر التكوينية للجريمة إلى جانب العنصر المادي وبغيابه ينتفي وصف الجريمة على الفعل المرتكب و يمتنع مسائلة فاعلها، ومن خلال هذا سيتم الحديث عن العلاقة السببية (المطلب الأول) والإسناد المعنوي (المطلب الثاني) .

المطلب الأول:العلاقة السببية لجريمة النصب في الإعلان

لا يكتفي لاكتمال الركن المادي أن يصدر عن الشخص سلوك يمنعه القانون و أن ينجم عن هذا السلوك واقعة لا يرتضيها وإنما يلتزم فضلا عن ذلك أن يقوم بين السلوك و النتيجة علاقة خاصة يجعل الأول سببا والثاني نتيجة، وهي ما تعرف بالعلاقة السببية وهي في المواد الجنائية علاقة مادية تبدأ بالفعل الذي اقترفه الجاني و يرتبط من الناحية المعنوية بما يجب عليه أن يتوقعه من النتائج المألوفة لفعله إذا ما أتاه عمدا وهذه العلاقة مسألة موضوعية ينفرد بها قاضي الموضوع بتقديرها[1]. وعلى هذا يتم تقسيم هذا المطلب إلى فرعين، الفرع الأول: العلاقة السببية و خصوصيتها في جريمة النصب الإعلاني، والفرع الثاني: شروط قيام العلاقة السببية.

الفرع الأول:خصوصية العلاقة السببية في جريمة النصب الإعلاني

العلاقة السببية هي الرابطة التي تربط السلوك ارتباط السبب بالمسبب، إذ لا يكفي لقيام الركن المادي لجريمة النصب التي تقع في نطاق الإعلانات التجارية إلا إذا قامت رابطة بين السلوك وهو فعل الاحتيال والنتيجة وهي الاستيلاء على مال المجني عليه، فيجب أن يكون الاستيلاء ثمرة لما استخدمه المعلن المحتال من طرق و أساليب احتيالية، وتكون العلاقة السببية فيها العنصر الثالث لقيام الجريمة و حلقة الوصل بين فعل التدليس و النتيجة، و للتأكد من توفر قيام العلاقة السببية بين عمل التدليس و تسليم المال يجب أن يتم التحقق من المال المسلم إلى المحتال قد وقع على إثر ادعاء الكاذب و تبعا أو لاحقا

---

1 - أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة، دراسة مقارنة، المكتبة العصرية، الطبعة الأولى، 2008، الصفحات 346و 347.

لاستعمال وسيلة التدليس التي مارسها المعلن المحتال على الضحية، وأوقعه في الخداع و لولا هذا التدليس لما وقع فيما وقع فيه.[1]

فيلتزم في النصب أن يكون تسليم المال المنقول قد جاء كنتيجة للطرق التي اتبعها الجاني فجريمة النصب من وجهة النظر التحليلية تندرج على الوجه الأتي:

يبدأ الجاني بالاحتيال فينخدع به المجني عليه و يقع في غلط، وهذا الغلط يحمله على تسليم ماله فيتم الجاني للاستيلاء على هذا المال، و يتضح من هذا التحليل أن رابطة السببية تكمن في "الغلط" أولا و "التسليم" ثانيا فهما الجسر الذي يصل بين الاحتيال و الاستيلاء، فإذا لم يسفر الاحتيال على غلط أو لم يدفع الغلط إلى التسليم، انقسمت الرابطة بين فعل الاحتيال و فعل الاستيلاء واتخذ كل منهما لنفسه مسارا مختلفا عن مسار الآخر، أما إذا قامت بين الفعلين هذه الرابطة فإنها تصنع منهما مزيجا قانونيا يحمل اسم النصب،[2] وعلى هذا فالسببية تعني أن المجني عليه قد انخدع باحتيال الجاني نتيجة استعماله لإعلانات كاذبة، وأنه ما كان ليقع في شباك المعلن المحتال ويسلم ماله إليه لولا هذه الدعاية المكثفة، بمعنى أن تسليم المال كان برضى المجني عليه المشوب بالغلط ،و أنه ما كان سيسلم المال لو علم بحقيقة الأمر وما تحمله الرسالة الإعلانية من كذب سينطلي عليه.

وحتى تقوم الرابطة السببية يفترض أن تكون الوسائل الاحتيالية التي استخدمها المعلن هي التي حملت المجني عليه تسليم ماله للمعلن، إذ الفرض هنا أن ما يحمله الإعلان من وسائل احتيالية أوقع المجني عليه في غلط ترتب عليه تسليم ماله للجاني فإذا علم المجني عليه أن الأمر الذي يوهمه به الجاني غير متحقق فإن جريمة النصب لا تقوم، ويجب في كل الأحوال أن يكون تسليم المال لاحقا للإعلان الذي يحمل صورة الوسائل الاحتيالية.[3]

الفرع الثاني:شروط قيام العلاقة السببية

يشترط لتوافر العلاقة السببية شروط ثلاث وهي: ضرورة أن يؤدي فعل الاحتيال إلى وقوع المجني عليه في غلط(أولا)، و(ثانيا) ضرورة أن يدفع الغلط إلى تسليم المال (وثالثا) وأخيرا ضرورة أن يسبق فعل الاحتيال تسليم المال وسوف نأتي على ذكر كل شرط على النحو الأتي:

أولا: ضرورة أن يدفع فعل الاحتيال إلي الوقوع المجني عليه في غلط

---

1 - عبد العزيز سعد، المرجع السالف الذكر، الصفحة 99.

2 - عوض محمد، المرجع السابق، الصفحة 400.

3 - خالد موسى توني، المرجع السابق، الصفحة 212.

الغلط هو حاله نفسية إذا تمكنت من شخص أبدت له الأمور على غير حقيقتها، فإذا كان الشخص مدركا حقيقة الحيلة التي يحاول الغير بها خداعه فإنه لا يكون واقعا في غلط[1]، فيتعين لقيام جريمة النصب أن توجد صلة السببية ما بين فعل الاحتيال والغلط بأن يترتب الثاني على الأول، أي أن يكون وقوع المجني عليه في غلط ناشئا عن الوسيلة الاحتيالية التي استخدمها الجاني في تدعيم كذبه، وبناءا على ذلك لا تتحقق جريمة النصب إذا كان ما صدر عن المتهم كذب مجرد دون أن يكون متخذا إحدى وسائل الاحتيال التي حددها المشرع و سلم المجني عليه ماله إلى الجاني رغم ذلك لأن فعل الاحتيال لا يتوافر في هذا الفرض ولا يكون هناك مبرر تبعا لذلك للبحث عن وجود رابطة سببية بين فعل الاحتيال وتسليم المال.

وقد يتوافر فعل الاحتيال و لكنه لا يؤدي إلى وقوع المجني عليه في غلط، كما إذا صدر عن الجاني كذبا مدعما بإحدى الوسائل الاحتيالية و لكن المجني عليه لم يقع في غلط لعدم انطلاء حيلة الجاني عليه، وبناءا على ذلك قضي بأن جريمة النصب باتخاذ صفة كاذبة لا تتحقق إلا إذا كانت هذه الصفة هي التي خدعت المجني عليه و حملته على تسليم المال للمتهم.[2]

إلا أن هذا ما لا يقع في كثير من الأحيان فمن الصعب التفطن للحيل التي تحملها الرسائل الإعلانية نظرا لما تتضمنه من القدرة على التأثير في نفسية متلقي تلك الرسالة، بحيث تنال من حرية الاختيار لديه و تدفعه إلى التعاقد على شراء منتج أو خدمة معينة ما كان ليتعاقد عليها لولا الخداع المتضمن لها.[3]

ومن أجل ذلك قضي بأنه من الأركان الأساسية في جريمة النصب أن يكون المجني عليه قد انخدع بهذه الطرق الاحتيالية التي اتبعها المتهم أو الصفة الكاذبة التي اتخذها لنفسه و أن يكون قد دفع المبلغ محل الجريمة إلى المتهم كنتيجة إلا للخداع الذي وقع فيه، فيعني وقوع المجني عليه في غلط اقتناعه بأكاذيب المحتال، أي أنه قد تكونت لديه عقيدة مخالفة للحقيقة نتيجة للإعلانات المكثفة و نتيجة لاستخدام المعلن المحتال وسائل إعلامية على قدر من الأهمية ،كما يعلم مدى الثقة التي يوليها الجمهور في تلك الوسائل فيستعمل كل هذا من أجل خلق تلك العقيدة، إلا أنه يفرض ذلك بالضرورة جهله للحقيقة كما يفرض جهله بطبيعة آثار التصرف الذي يقدم عليه، فهو يعتقد أنه يفعل ما هو في مصلحته أو مصلحة غيره بأن يشتري سلعة أو يستفيد من خدمة أو على الأقل ما ليس ضار به أو بغيره في حين أن تصرفه على غير ما أعتقد.[4]

---

1 - عوض محمد، نفس المرجع،الصفحة 400.

2 - احمد ابو الروس، المرجع السالف الذكر ، الصفحة 408.

3 - DIVIER, (P)et DIVIER(F), *op,cit;* P02.

4 - فوزية عبد الستار، المرجع السابق، الصفحات، 870و 871. – محمود نجيب حسني، المرجع السابق، الصفحات

ثانيا: ضرورة أن يدفع الغلط إلى تسليم المال

لا يكفي لقيام جريمة النصب مجرد وقوع المجني عليه في غلط ثم حصول التسليم، بل ينبغي أن يكون الغلط هو الذي أفضى إلى هذا التسليم، بمعنى أن المجني عليه كان تحت تأثير الغلط حينما سلم ماله و يقتضي ذلك أن يثبت أن الغلط كان أحد الاعتبارات التي حملت المجني عليه على تسليم ماله.[1]

ثالثا: ضرورة أن يسبق فعل الاحتيال تسليم المال

هذا الشرط يفرضه المنطق لأنه كيف يتصور القول بتوافر العلاقة السببية بين فعل الاحتيال و تسليم المال إذا كان الثاني سبق الأول في الزمن، أي إذا تسلم المجني عليه المال أولا ثم صدر عن الجاني كذب دعمه بإحدى وسائل الاحتيال بعد ذلك لكي يفر بالمال أو يتخلص من التزام نشأ في ذمته نتيجة لتسليمه هذا المال. ففي هذه الحالة لا توجد رابطة سببية بين فعل الاحتيال و تسليم المال، و ينتفي تبعا لذلك جريمة الاحتيال.[2]

و يلاحظ أن تخلف أحد الشروط السابقة وإن كان ينفي وقوع جريمة النصب التامة، فإن استعمال الجاني وسيلة التدليس مع توافر القصد الجنائي في جريمة النصب لديه تتحقق به جريمة الشروع في النصب.[3]

ويتعين على المحكمة أن تبين في حكمها وسيلة الاحتيال التي لجأ إليها الجاني و أنها من بين الوسائل التي حددها المشرع وهي السبب الذي حمل المجني عليه ليسلمه ماله وذلك حتى تستطيع محكمة النقض مراقبة صحة النصوص القانونية، فإن هي قصرت في ذلك كان حكمها معيبا مستوجبا للنقض، و تقدير محكمة الموضوع لوقائع الدعوى يخرج من نطاق رقابة محكمة النقض فيما ينتهي إليه قاضي الموضوع من توافر علاقة السببية و عدم توافرها هو مطلق سلطانه.[4]

المطلب الثاني:الإسناد المعنوي لجريمة النصب في الإعلان

لكل جريمة عنصر مادي وعنصر معنوي، فالعنصر المادي هو اقتراف العمل المعاقب عليه، وهو في جريمة النصب فعل الخداع و الاحتيال الذي يستعمله الجاني لإيقاع المجني عليه في الغلط يدفعه إلى تسليم ماله إليه، والعنصر المعنوي وهو النية

268و 269.

1
- عوض محمد، المرجع السابق، الصفحة 402.

2
- القهوجي علي عبد القادر، المرجع السابق، الصفحة 811.

3
- فوزية عبد الستار، نفس المرجع، الصفحة 873.

4
- فوزية عبد الستار، المرجع السابق، الصفحة 853. – أحمد فتحي سرور، المرجع السابق، الصفحة 921.

وإرادة ارتكاب الجريمة على ما عرفها القانون، وهو في هذه الجريمة علم المعلن المحتال بأن ما يصدر عنه من ادعاءات هي كاذبة،مع توفر نية تملك المال المملوك للغير، فإذا فقد أحد هذين العنصرين فلا يعتبر العمل جريمة و لا تصح ملاحقة الفاعل بحال، ومن خلال هذا سنخصص بالدراسة إلى كل من مفهوم الركن المعنوي وعناصر القصد الجنائي (المطلب الأول) ثم القصد العام والقصد الخاص لجريمة النصب (المطلب الثاني).

الفرع الأول:مفهوم الركن المعنوي وعناصره

و يتفرع هذا الفرع بدوره إلى مفهوم الركن المعنوي (أولا) ثم عناصر القصد الجنائي (ثانيا).

أولا :مفهوم الركن المعنوي

لم يعرف المشرع الجزائري الركن المعنوي للجريمة، إلا انه يمكن القول بأنه لا يكفي لقيام الجريمة قانونا و مسائلة فاعلها جنائيا مجرد ارتكاب ماديات الجريمة المتمثلة في عناصر الركن المادي، بل ينبغي أن يتوافر لدى الجاني قدر من الخطأ أو الإثم وهو ما اصطلح على تسميته بالركن المعنوي، فلا جريمة إذن دون خطأ مهما كانت النتائج التي تمخضت عنها ومن هنا يمكن القول أن المسؤولية الجنائية للفاعل ترتكز على إتيان سلوك يعتبر سببا في تحقيق النتيجة المحظورة قانونا، وتكمن أهمية الركن المعنوي في اعتباره أحد مكونات البناء القانوني للجريمة، فبتوافره تكتمل الجريمة قانونا و يحق مساءلة فاعلها وبانتفائه تتلف الجريمة ويتمتع مساءلة فاعلها.[1]

ثانيا:عناصر القصد الجنائي

يستخلص مما سبق أن للقصد الجنائي عنصران وهما:

1- الإرادة

ومؤدى هذا العنصر أن النشاط المكون للركن المادي للجريمة ينبغي أن يكون إراديا، أي صادرا عن إرادة إنسانية قائمة. وبالتالي فكل نشاط أو سلوك لا يعد ثمرة أو تعبيرا عن مثل هذه الإرادة لا يعتد به قانونا بما يؤدي إلى نفي الركن المعنوي، وانتقاء الجريمة كلية. ويكون النشاط غير إرادي بفعل عوامل عديدة، فقد يكون مبعث عدم إرادية النشاط متمثلا في الإكراه المادي الذي تعرض له الشخص فأعدم إرادته مثلا.[2] فالإرادة هي جوهر القصد و أبرز عناصره لأن القصد أو العمد بمفهومه لدى عامة

---

1 - سليمان عبد المنعم، النظرية العامة لقانون العقوبات، الدار الجامعية الجديدة، 2000، الصفحات 513 إلى 516.

الناس هو توجيه الإرادة لتحقيق أمر معين، وإذا كان هذا الأمر إجراميا كان القصد جنائيا. ولا ينقص من دور الإرادة أن تكون مشتركة بين العمد و الخطأ، لأن العمد والخطأ كليهما من مظاهر الإثم،و الإثم محله الإرادة فلا يمكن أن يقوم عمد ولا خطا بلا إرادة، ومجال الإرادة في القصد الجنائي هو السلوك دائما وكذلك النتيجة حين يشترط القانون لقيام الجريمة حدوث نتيجة معينة.[1]

2- العلم

العلم هو حالة نفسية تقوم في ذهن الجاني جوهرها الوعي بحقيقة الأشياء والوقائع المعتبرة عناصر واقعية جوهرية لازمة قانونا لقيام الجريمة ،و بمدى صلاحية النشاط الذي ارتكبه لأن يفضي إلى النتيجة المحظورة قانونا. ويتوافر العلم إذا تطابق ما في ذهن الجاني مع حقيقة الواقع.[3]

الفرع الثاني:القصد الجنائي لجريمة النصب في الإعلان

النصب جريمة مقصودة ومن ثم يتخذ ركنها المعنوي صورة القصد ولا يعرف الشارع جريمة احتيال غير مقصودة ولو توافر لدى المتهم خطأ، كما لو ادعى مشعوذ قدرته على شفاء الأمراض إذا كان مقتنعا بصحة ادعائه على الرغم من ابتعاده عن الحقائق العلمية وكان هو نفسه ضحية السذاجة والجهل ولو انخدع الغير بادعائه وسلب له بعض ماله، ولكن يلاحظ أن شذوذ الادعاء وغرابته واختيار المدعي عليه أشخاص من السذج. خصوصا من يؤمنون بحقيقة هذه الخرافات لكي يوجه إليهم هذا الادعاء ، وعدم التناسب بين المال الذي يطلبه و الفائدة التي يدعي أنه سوف يجلبها، كل هذه قرائن عن توافر القصد.[2]

و على المدعى عليه أن يقرر انتفاءه أن يقيم الدليل على ذلك، فإذا لم يثبت هذا القصد لا تقع الجريمة حتى ولو ثبت أن المتهم كان مدفعا في الفعل بدون التثبيت أو التحري وهذا ما يجب عليه بطبيعة الحال، إذ أن هذه الجريمة لا تقع بالخطأ غير ألعمدي مهما كانت جسامته.

و يتحقق الركن المعنوي في أغلب الجرائم بمجرد توافر القصد العام الذي يرتكز على عنصري الإرادة والعلم. ولكن هناك بعض الجرائم التي لا يكفي لاكتمالها توافر القصد الجنائي العام - كجريمة النصب- بل لابد فيها من قصد خاص.[3]

---

[2] - سليمان عبد المنعم، نفس المرجع، الصفحة 519.

[1] - عوض محمد، المرجع السابق، الصفحات 215و 216.

[2] - محمود نجيب حسني، المرجع السابق، الصفحة 282.

[3] - سليمان عبد المنعم، المرجع السابق، الصفحة 545.

أولا: القصد العام

النصب جريمة عمدية، فهي تتطلب ابتداء توافر القصد الجنائي العام،أي انصراف إرادة الجاني إلى تحقيق وقائع الجريمة مع العلم بأركانها كما يستلزمها القانون، وتوافر هذا القصد يتطلب علم الجاني بأن أقواله وأفعاله المادية كاذبة،فيشترط لقيام هذا القصد أن يحيط الجاني علما بكافة العناصر الواقعة للجريمة فلابد أن يكون عالما ابتداء بأن ما يصدر منه ادعاءات كاذبة، فالذي يعتقد بجدوى مشروع يدعو إليه ويحصل من غيره على جزء من ماله للمساهمة فيه، فلا يعد نصبا ولو تعثر المشروع أو فشل بعد قيامه لسوء التقدير أو للعجز عن إرادته، و لذلك قضت محكمة النقض المصرية بأن النصب إذا كانت وسيلة الغش فيه هي الطرق الاحتيالية فإنه يجب أن يعلم المتهم أنه يأتي طرقا احتيالية لا يعتقد صحتها وصدقها، فإذا كان يعتقد بإمكان نجاح المشروع الذي هو قادم عليه ولم يخب إلا بسبب عدم أخذه بالأسباب الموصلة إلى النجاح أو إهماله وكان ذلك كله حسن القصد فلا عقاب لمجرد حبوط المشروع.[1]

كذلك لا يشترط علم المدعى عليه بأن وسيلة الخداع التي يستعملها هي إحدى الوسائل التي نص عليها القانون فذلك علم "بالشريعة الجزائية " يفترض توافره و لا يقبل الادعاء بالجهل به وإذا ثبت علم المتهم بكذب ادعائه افترض علمه بأن من شأن هذا الكذب إيقاع المجني عليه في غلط يحمله على تسليم ماله،ولا حاجة على إثبات ذلك على وجه خاص، إذ أن التسلسل الطبيعي للأمور هو أنه إذا أدلى شخص بأكاذيب فهو يقدر احتمال انخداع من يستمع إليها وأن يقدر أن تصوره لوقائع معينة على غير حقيقتها قد يحمله على أن يقدم على تصرف مالي و تسليم المحتال بعض ماله ويتطلب القصد العام علم المدعى عليه أن المال الذي يسعى إلى الاستيلاء عليه مملوك لغيره، فيستوي في ذلك أن يكون عالما أنه مملوكا للمجني عليه أو لشخص آخر سواه كما يتطلب القصد العام ثبوت اتجاه إرادة المدعى عليه إلى ارتكاب فعل الخداع أي الإدلاء بالأكاذيب و إلى إتيان الأفعال التي يدعمها حين يقتضي القانون ذلك، و يجب أن تثبت كذلك اتجاه إرادته إلى تحقيق النتيجة الجرمية،أي إلى حمل المجني عليه على التخلي عن حيازة ماله والحلول محله في هذه الحيازة.[2]

ثانيا : القصد الخاص

لكي تقوم جريمة النصب يجب أن يقوم إلى جانب القصد العام، القصد الخاص ويقوم هذا الأخير إذا اتجهت إرادة الجاني إلى نية الاستيلاء على سلب ثروة المجني عليه كلها أو بعضها،و تعني نية التملك أي نية المدعى عليه أن يباشر على الشيء مظاهر السيطرة التي تنطوي عليه حق الملكية وأن يحرم المجني عليه من مباشرة أي مظهر منها،ويكشف عن هذه النية العزم على عدم رد الشيء، فإذا لم يكن قصد الفاعل منصرفا

---

1 - احمد أبو الروس ، المرجع السابق، الصفحة 359.

2 - محمود نجيب حسني، المرجع السابق، الصفحة 284.

إلى تملك المال الذي يحصل عليه من حائزه بطريقة الحيلة انتفى قيام القصد الجنائي الخاص و انعدمت تبعا لذلك جريمة النصب[1].

كما أن جريمة النصب جريمة وقتية[2]. ولذا يجب أن يعاصر القصد الجنائي بقسميه العام والخاص وقت الاستيلاء على المال فتتصرف نية الجاني عند اتخاذه الوسائل الاحتيالية إلى تملك مال المجني عليه، فإذا كان غرضه وقت ذلك هو مجرد الاستيلاء على منفعة ثم قامت لديه بعد ذلك نية التملك فلا يقوم القصد الجنائي وتنعدم جريمة النصب ،إلا أنه ينبغي الحذر عند بحث توافر القصد الخاص لدى الجاني وإقامة الدليل عليه فيما يتعلق بالإعلانات المتضمنة مشروعات كاذبة، ذلك أن بعض هذه المشروعات قد تكون حقيقية وقد تسير في الطريق الطبيعي لأمثالها في أول الأمر ولكن نية الجاني تكون منصرفة إلى الاستيلاء على ثروة الغير سواء في البداية أو فيما بعد بالنسبة لما يعد من الأموال، فجدية المشروع أو حقيقته لا تعد على الدوام دليل انعدام القصد الجنائي بل إن المشروعات قد تبدو في أولها جدية ثم تكشف الأيام عن حقيقتها و أنها كانت تخفي وراءها وسيلة من وسائل النصب ،و لأهمية القصد الجنائي في قيام جريمة النصب أو انعدامها، يتعين على محكمة الموضوع أن تبين بأسبابها توافره في حق الجاني عند الحكم بإدانته،وهي في استخلاصها لقيامه أو عدم توافره لا تخضع لرقابة محكمة النقض إذ هو مطلق سلطانها في تقدير وقائع الدعوى، ومتى ثبت القصد الجنائي بشرطيه في حق الجاني مع باقي أركان الجريمة حقت عليه العقوبة.[3]

أما مسألة إثبات القصد الجنائي فسلطة الاتهام هي المكلفة بإثباته، وفي الغالب تكون أكاذيب المتهم وطرقه الاحتيالية الواقعة تحت مظلة الإعلانات كافية بذاتها للدلالة على سوء القصد، وفيما يتعلق بالقصد الخاص فالأصل أن من يستولي على المال بفعل ذلك بنية تملكه يعتبر مرتكبا للجريمة، إلا إذا قام هو الدليل على غير ذلك[4] .فإثبات القصد الجنائي يكون بطريقة غير مباشرة إذ هو يستنتج استنتاجا من الأفعال التي تدل عليه.[5]

ونخلص في الأخير أن جريمة النصب لا تقع إلا عمدا و الجريمة العمدية تقتضي توافر القصد الجنائي بعنصريه، فيجب أن يكون الجاني على علم بجميع العناصر المادية

---

1 - فريجة حسين، المرجع السابق ، الصفحة 278.

2 - تقسيم الجرائم بحسب ركنها المادي، إلى جرائم وقتية وجرائم مستمرة، ويقصد بالجرائم الوقتية "Les délis instantannés" هي تلك التي يغلب التحقق لعناصر المكونة لها في لحظة أو خلا برهة من الزمن يسيرة، ومعظم الجرائم وقتية، - سليمان عبد المنعم، المرجع السابق، الصفحة 295.

3 - المرصفاوي حسن صادق، المرجع السالف الذكر، الصفحات 439 إلى 441.

4 - رءوف عبيد، المرجع السابق، الصفحات 509و 510.

5 - الشواربي عبد الحميد، المرجع السابق، الصفحة 85.

المكونة لجريمة النصب، أي يجب أن يحيط علمه بأنه يقوم بنشاط إجرامي يتمثل في استخدامه لوسيلة من وسائل التدليس و الاحتيال المنصوص عليها قانونا، والتي جاءت على سبيل الحصر في المادة 372 والمتمثلة في استعمال المعلن المحتال لأسماء أو صفات كاذبة وكذا استعماله لمناورات احتيالية، و المتجسدة أيضا في أشياء يرتبها الجاني أو ظرف يستغله أو شخص من الغير يستعين به لتأكيد مزاعمه الكاذبة، كما يشترط القانون اتجاه إرادته إلى استعمال هذه الوسائل بقصد الاستيلاء على مال الغير.فيشترط ليكون الإعلان نصبا لابد أن تنصرف إرادة المعلن إلى الاحتيال بصورة من الصور المعروفة للاحتيال و المحددة قانونا، الأمر الذي يعني وجوب توافر نية الكذب ونية تعزيزه بصورة من تلك الصور ليخلع عليه بها قوة الإقناع، و متى ما شكل الإعلان نصبا تطلب الأمر مواجهته و التصدي له.

الفصل الثاني: المواجهة الجزائية للنصب الإعلاني

إزاء سلبيات الإعلان المزيف و مضاره لما يحمله من تلاعب بمشاعر الناس والتحايل عليهم كان لابد من البحث عن كيفية مواجهته و الحد من آثاره السلبية ،ووقف التجاوزات الناتجة عنه بهدف حماية متلقي الرسالة الإعلانية و بالخصوص المستهلك وهو المضرور بالدرجة الأولى، هذا من ناحية و الحرص على حماية المصالح الأساسية للمجتمع من ناحية أخرى، فتتم هذه المواجهة على مستويين: المستوى الأول وهو تقرير عقوبات جزائية لمرتكب النصب الإعلاني بغية تحقيق ردع كافي للمعلن والمستوي الثاني و هو إجراء نوع من الرقابة على الإعلانات بغية إحكام ميدان الإعلان من أي انفلات أو تجاوز من قبل المعلن و المتصلين بميدان الإعلان بشكل عام،[1] وعلى ما سلف سنقسم دراستنا في هذا الفصل إلى مبحثين على النحو الآتي بيانه:

المبحث الأول: النطاق الشخصي للمسؤولية الجزائية و الجزاء المترتب عن مرتكب النصب في الإعلان.

والمبحث الثاني: المواجهة الوقائية الإجرائية للإعلانات و دور بعض مؤسسات الدولة في التصدي للنصب في الإعلان.

---

1 - أنطوان الناشف، المرجع السابق، الصفحة 97.

المبحث الأول:النطاق الشخصي للمسؤولية الجزائية و الجزاء عن النصب في الإعلان

يتبع انعقاد المسؤولية الجزائية عن جريمة النصب التي تقع في نطاق الإعلانات التجارية مجموعة من الآثار، في نطاق التجريم على هذه الجريمة تبدأ بتحديد نطاق المسؤولية الجزائية لمرتكب النصب الإعلاني بتحديد الفاعلين للسلوك المجرم وتمييزهم عن الشركاء ،ثم بيان صور الجزاءات الجنائية التي نص عليها المشرع، ومدى كفايتها في تحقيق الردع باعتباره الغرض الذي تستهدفه العقوبة، ثم بيان مدى انعقاد مسؤولية كل من الأشخاص الطبيعية و المعنوية عن النصب الإعلاني، و عليه سيتم التطرق للنطاق الشخصي للمسؤولية الجزائية عن النصب الإعلاني (المطلب الأول) ثم الجزاء المقرر لمرتكب النصب الإعلاني (المطلب الثاني).

المطلب الأول: النطاق الشخصي للمسؤولية الجزائية عن النصب الإعلاني

قد تقع الجريمة من جان واحد أو من جناة متعددين، و قد يقوم كل منهم بدور رئيسي فيها أي يدخل في تكوينها المادي فيعد كل منهم فاعلا لها في حين يكون دور باقيهم جانبيا تربطه بالفاعل الأصلي رابطة ما من النوع الذي يتطلبه القانون فيها، وعندئذ يكون هؤلاء الآخرون شركاء لهذا الفاعل الأصلي أو لهؤلاء الفاعلين الأصلين.[1]

ومن هنا يثور التساؤل حول قواعد تحديد نطاق المسؤولية الجزائية عن جريمة النصب التي تقع في نطاق الإعلانات التجارية ؟[2]

إن الحديث عن المسؤولية في مجال الإعلانات التجارية غير المشروعة سواء فيما يتعلق بتحديد الشخص المسؤول، أو مدى مسؤوليته فيه نوع من الصعوبة نظرا لكثرة أشخاص الإعلان باعتباره نشاط يتصل به أشخاص عديدون، و بالتالي الصعوبة تكمن في تحديد من ساهم في الجريمة باعتباره فاعلا اصليا و من ساهم فيها باعتباره شريكا،[3] و من جهة أخرى قلة النصوص التشريعية التي تعالج هذه النقطة فبالكاد نجد بعض القوانين القليلة وان لم نقل منعدمة إلى جانب مشروع قانون الإشهار لسنة 1999و المتعلق أساسا بتنظيم مهنة الإعلان. فنصت المادة 23 الفقرة 2 منه فيما يتعلق بتحديد المسؤول بقولها :"يكون المعلن مسؤولا بصفة شخصية عن الإشهار الذي اعد لصالحه في حالة موافقته على النص قبل بثه أو نشره"، و يعد معلنا حسب المادة 6 من المشروع كما سبق وان تطرقت:" كل شخص طبيعي أو معنوي يدرج إعلانا إشهاريا أو يوكل

---

1 - عبد الفضيل محمد أحمد، المرجع السابق، الصفحة 340.

2 - تجب الإشارة إلى أن تحديد نطاق المسؤولية عن النصب الإعلاني يستلزم تحديد نطاق المسؤولية عن جريمة الإعلان الكاذب أو الخادع بوصفه عنصرا في جريمة النصب، أو عنصرا من الوسائل الاحتيالية في جريمة النصب، انظر - أحمد السعيد الزقرد، المرجع السابق، الصفحة 4.

3 - عبد الفضيل محمد أحمد، المرجع السابق، الصفحة 10.

الغير بإدراجه و هو كل محترف يستخدم الإشهار في سبيل التعريف بمنتوج أو خدمة بهدف جلب العملاء".

وعلى خلاف المشرع الجزائري فقد تناول بالدراسة المشرع الفرنسي موضوع المسؤولية الجزائية عن الإعلان بشكل مدقق من خلال نص المادة L.121-5[1] من مدونة الاستهلاك الفرنسي، و التي نصت على أن:" المعلن مسؤول عن جريمة الإعلان الخادع أما إذا كان المخالف شخصا معنويا فان المسؤولية تقع حتما على من يتولون إدارته ، و بالنسبة للاشتراك في جريمة الإعلان الخادع يظل العقاب عليه خاضعا لحكم القواعد العامة".

ومن سياق المادتين السابقتين يمكننا أن نحدد النطاق الشخصي للمسؤولية الجزائية عن النصب الإعلاني بما يلي: مسؤولية الفاعل الأصلي و مسؤولية الشركاء عن النصب الإعلاني (الفرع الأول) ثم مسؤولية الأشخاص الاعتبارية (الفرع الثاني).

الفرع الأول: مسؤولية الفاعل الأصلي و مسؤولية الشركاء عن النصب الإعلاني

سيتم التطرق لمسؤولية الفاعل الأصلي (أولا) ثم مسؤولية الشركاء(ثانيا).

أولا: مسؤولية الفاعل الأصلي عن النصب الإعلاني

تطرق المشرع الفرنسي لمسؤولية الفاعل الأصلي عن جريمة الإعلان الخادع من خلال المادة L.121-5 من قانون الاستهلاك الفرنسي لسنة 1993 و ما قبلها الفقرة السابعة من المادة 44-11من قانون ROYER لسنة 1973 على أن:" الفاعل الأصلي في جريمة الإعلان الخادع هو من نشر الإعلان لحسابه، و قررت في ذات المادة انه إذا نشر الإعلان لحساب شخص معنوي فان المسؤولية تتحقق كذلك على مدرائه"،[2] ويلاحظ على هذا النص أن المشرع الفرنسي عمد إلى تحديد مدلول الفاعل الأصلي وفقا لمعيار خاص ،خلافا للقواعد العامة يضفي صفة الفاعل الأصلي على من نشر الإعلان لحسابه سواء كان شخصا طبيعيا أم معنويا ،في حين أنها أحالت فيما يتعلق بتحديد صفة الاشتراك في الجريمة للقواعد العامة في المساهمة الجنائية.[3]

1

Article 121-5 "l'annonceur pour le compte duquel la publicité est diffusée est responsable, à titre - principal, de l'infraction commise.si le contrevenant est une personne morale, la responsabilité incombe à ses dirigeants.

."La complicité est punissable dans les conditions de droit commun

2

- MAYER Danièle., droit pénal de la publicité, Masson, Paris 1979. p 45.

كما اعتبرت ذات المادة أن معيار تحديد الفاعل الأصلي في الجريمة هو"من نشر الإعلان لحسابه"، الأمر الذي أثار اختلافا في التفسير حول عبارة من نشر الإعلان لحسابه :

L'annonceur pour le compte du quel la publicité est diffusée

التفسير الأول: يرى بأن الشخص الذي تم الإعلان لحسابه، هو الشخص الذي يستفيد من الإعلان.

والتفسير الثاني: يرى بأن الشخص الذي تم الإشـــهار لحسابه، هو الشخص الذي يصدر الأمر بالإشهار، و يغلب عمليا أن يكون الآمر و المستفيد بالنشر في بعض الأحيان شخصا واحدا إلا أنها حالة قليلة بالمقارنة بالحالات التي يتعدد فيها الشخص المستفيد من الإعلان و الأمر بنشره الذي قد يكون وكيلا عنه في ذلك، و في هذا الصدد قضت محكمة النقض الفرنسية بمسؤولية الوكيل العقاري الذي قام بنشر إعلان في الصحف يتضمن بيانات غير صحيحة عن مساحة عقار معروض للبيع كفاعل اصلي، و رفضت المحكمة ادعاء الوكيل بأنه تلقى هذه البيانات التي قام بنشرها من المالك العقار، حيث كان من المتعين عليه أن يتحقق من صحة البيانات التي زوده بها المالك قبل نشر الإعلان.[1]

واعتد القضاء الفرنسي بمسؤولية المعلن في حالة تفويض السلطة و لو كان قد وكل عنه شخصا آخر في إصدار الأمر بنشر الإعلان، لأن المسؤولية تقع على عاتق من يتم الإعلان لحسابه،[2] فيشترط أن يكون التفويض واضحا و محددا و أن يقبله المفوض إليه الذي يجب لصحة تفويضه أن يكون متمتعا بالأهلية و الاختصاص للقيام بالعمل الإعلاني الذي فوض فيه، و يسأل المعلن أيضا و لو كان الإعلان قد تم من قبل أحد تابعيه أواحد الأشخاص المسؤول عن تصرفاتهم،[3] و يلاحظ أيضا أن مؤلف الإعلان يسال بوصفه فاعلا مع غيره إذا كانت له معرفة تامة بالوقائع التي اعتبرت إعلانا مناقضا للحقيقة.[4]

3
-خالد موسي توني،المرجع السالف الذكر،الصفحة 248.

1
GUYON(Y),Droit Des affaires Droit commercial général et société,Tome1,8éme éd Economica - .,Dalloz ,Paris,2003,p989

- بلعشي مريم،الحماية الجنائية للإشهار، ماجستير، بن عكنون، الجزائر، 2001/2002، الصفحة 133.

2
- (CASS Crim., 30mai1989. D.,1990som.,p359.,obs,Rougou de boubée(G.

3
- (Cass; crim, 24mars1987, G.C.P1988 ,11, 21017, note, Heidsieck (O.

كما أن مسؤولية رئيس التحرير لا تخرج عن القواعد السالفة التي يقررها المشرع الفرنسي، فإذا أثبت سوء نية رئيس التحرير الذي قام بنشر الإعلان المزيف فانه يعد فاعلا اصليا وفقا للمادة 39 عقوبات مصري، و التي اعتبرت " كل من يدخل في تنفيذ الركن المادي للجريمة فاعلا...".[1]

أما الكلام عن مسؤولية رئيس التحرير في التشريع الجزائري، فقانون الإعلام الجديد 12/05 [2] لم يتكلم عن شيء اسمه مسؤولية رئيس التحرير، وإنما افرد المشرع مواد تتحدث عن مسؤولية الصحفي بصفة عامة فنصت المادة 92 "على انه يجب على الصحفي أن يسهر على احترام الكامل لآداب و أخلاقيات المهنة خلال ممارساته النشاط الصحفي" ،و في حالة خرق الصحفي لأخلاقيات المهنة تطبق عليه عقوبات يأمر بها المجلس الأعلى لآداب و أخلاقيات المهنة، و هو ما نصت عليه المادة 97 "يعرض كل خرق لقواعد و آداب و أخلاقيات مهنة الصحافة أصحابه إلى عقوبات يأمر بها المجلس الأعلى لآداب و أخلاقيات مهنة الصحافة".

ولذلك نقول أن مسؤولية رئيس التحرير هي مسؤولية ترتكز على افتراض علمه بما تنشره جريدته و إذنه بالنشر، حيث يتطلب من رئيس التحرير أن يقوم بالإشراف الفعلي على محتوى الجريدة و منع نشر ما يعد جريمة، فهذا الأخير يقع على عاتقه التثبت من مشروع الإعلان مباشرة بما يملكه من وسائل مختلفة تعينه على ذلك، ففي فرنسا يمكنه مثلا الاستعانة بمكتب فحص الإعلانات و في حالة ثبوت عدم مشروعية الإعلان يجوز له رفض نشر الإعلان، لذلك قضت المادة 14 من القانون الصادر في 26 جويلية 1944 بشان تنظيم الصحافة الفرنسية بمعاقبة رئيس التحرير الذي يخفي معلومة متعلقة بإعلان مالي.[3]

وبالرجوع إلى نص المادة 23 من المشروع نجدها قد حملت المعلن المسؤولية واعتبرته مسؤولا بصفة شخصية عن الإشهار الذي اعد لصالحه في حالة موافقته على النص قبل بثه أو نشره .

وعلى اعتبار أن الإعلان عملية معقدة كما سبق و أن تطرقت بدليل انه نشاط قد يتصل به أشخاص عديدون إلى الجانب المعلن الذي يعتبر مروج للسلعة، هناك المنتج أو المستورد أو التاجر لها و التي قد تثار مسؤوليتهم إلى جانب المعلن الذي يسال كفاعل

---

4 - محمد عبد الشافي إسماعيل، الإعلانات التجارية و مدي الحماية التي يكفلها المشرع الجنائي للمستهلك،دار النهضة العربية، الطبعة الأولي، القاهرة 1999 ،الصفحة 123.

1 - خالد موسي توني ،المرجع السالف الذكر، الصفحة 257.

2 - جريدة رسمية عدد 02 لسنة 2012.

3 - مأخوذ عن ،خالد موسي توني ،المرجع السابق ،الصفحة 257.

اصلي عن الجريمة إما اعتبارهم فاعلين إلى جانب المعلن أو شركاء له، فإلى أي مدى يتم مساءلتهم؟ و ما محلهم من التجريم؟ .

لقد تصدى المشرع الفرنسي لهذا الإشكال من خلال المادة L.121-5 عند تحديده لمعيار الفاعل الأصلي بأنه من نشر الإعلان لحسابه، و أكد القضاء ذلك و اعتبر أن مسؤولية الفاعل الأصلي لا تنحصر فقط فيمن أمر بنشر الإعلان، بل و تمتد لتشمل أيضا من نشر الإعلان لحسابه باعتباره المستفيد الأول من الإعلان المزيف، الأمر الذي على أساسه يجعل عبارة من نشر الإعلان لحسابه تتسع لتشمل كل مستفيد من الخداع الإعلاني، فيمكن أن تنهض مسؤولية المورد أو المنتج الذي يقدم معلومات كاذبة ومزورة للمعلن كفاعل اصلي و لا يمكن أن تقف مسؤوليته عند حد الاشتراك فقط، إذ أن قصر مسؤوليته عند حد الاشتراك يتنافى واعتبارات العدالة و الموضوعية التي تقتضي اعتباره فاعلا اصليا.[1]

وعلى العكس ما ذهب إليه التشريع و القضاء الفرنسيين يبقى الوضع مبهما في التشريع الجزائري أمام غياب نصوص خاصة تتعلق بالمسؤولية عن الإعلان الكاذب، الأمر الذي أدى بنا إلى الرجوع إلى القواعد العامة في المساهمة الجنائية بغية تحديد مركز من هو الفاعل و من هو الشريك من بين هؤلاء.

فنظم المشرع الجزائري أحكام الاشتراك أو المساهمة الجنائية في المواد 41و 42 من قانون العقوبات[2] حيث نصت المادة 41 على أنه:" يعتبر فاعلا كل من ساهم مساهمة مباشرة في تنفيذ الجريمة "، أي كل من قام شخصيا بالأفعال المادية التي تدخل في تكوين الجريمة وهو ما يسمى بالفاعل المادي، فالفاعل المادي هو من قام بالعمل المادي المكون للجريمة، أما الفاعل المعنوي فقد اعتد المشرع الجزائري بالمذهب المادي للجريمة ومن ذلك فقد اعتبر فاعلا أيضا من لم يقم بأي عمل مادي يدخل في تكوين الجريمة، وإنما كان فقط السبب المعنوي، فاعتبر المحرض فاعلا، و كذا من يحمل غيره على ارتكاب الجريمة، و قد أشار المشرع صراحة لهذا في المادة 41/2 بقوله:"يعتبر فاعلا كل من حرض على ارتكاب الفعل بالهبة أو الوعد أو التهديد أو إساءة استعمال السلطة أو الولاية أو التحايل أو التدليس الإجرامي".

فيقصد بالمساهمة الجنائية أو ما يطلق عليها أحيانا بالاشتراك الجنائي ارتكاب جريمة واحدة بواسطة عدد من الأشخاص يكون لكل منهم دور في تنفيذ الجريمة تختلف طبيعته و تتفاوت درجاته من حالة إلى أخرى، فجوهر المساهمة الجنائية إذن: يتمثل في تعدد الجناة من ناحية و في وحدة الجريمة من ناحية أخرى، و قد يكون دور المساهم رئيسا أو اصليا في تنفيذ الجريمة أو يبقي ثانويا، فمن ناحية تكون المساهمة أصلية إذا كان للمساهم دور رئيسي في تنفيذها و يسمى المساهم في هذه الحالة بالفاعل L'auteur ،فالفاعل وحده هو من يستقل بتنفيذ الجريمة بأركانها المعروفة للجريمة،

---

1 - خالد موسى توني، المرجع السابق، الصفحة 251و 252.

2 - قانون العقوبات 06/23،المرجع السابق،الصفحة 15و 16.

ويطلق على هذا النوع من المساهمة بالمساهمة الأصلية La complicité principale ، فهي ليست أكثر من اشتراك شخصين أو أكثر في تنفيذ الجريمة بحيث يصلح دور كل منهم مستقلا عن دور الأخر في إقامة الجريمة.[1]

وبناء على ما تقدم فان تطبيق القواعد العامة في المساهمة الجنائية على هذا النحو يؤدي إلى التوسع في تحديد مدلول الفاعل الأصلي في جريمة النصب الإعلاني، بحيث يدخل فيها بوصفه فاعلا كل من ساهم مساهمة مباشرة في تنفيذها، أو كل من قام فيها بدور فعال، وهو الأمر الذي على أساسه يمكن القول بان النص الجنائي يتسع ليشمل كل من المورد أو التاجر أو المستورد ...الخ، بوصفهم فاعلين إلى جانب المعلن متى ثبت بطريقة أو بأخرى مساهمتهم في تنفيذ الجريمة، لأن القانون لم يشترط لكي يكون المتهم فاعلا أن يصيب الفعل المكون للركن المادي للجريمة أو جزءا منه، و إنما يكفي أن يرتكب فعلا على درجة من الأهمية بحيث يجعله مساهما مباشرا في تنفيذها.[2]

فتقوم مسؤولية المعلن و يستوي في ذلك أن يكون المعلن منتجا أو وسيطا و إذا كان المنتج أو المستورد هو الذي قام بالإعلان قامت إلى جانب ذلك مسؤولية التاجر الذي يبيع المنتجات مباشرة إلى الجمهور، لأنه كان يتعين عليه أن يستوثق من صدق الإعلان قبل الاتجار في المنتجات محل الإعلان ،[3] و تطبيقا لذلك قضت محكمة النقض المصرية بمعاقبة المتهم بعقوبة النصب متى كانت الواقعة الثابتة بالحكم هي أن المتهم كان يحضر أقراص من مادة أخرى خلاف المادة التي تعمل منها أقراص(أسبرين باير) الحقيقية و أقل منها بكثير في الأثر في تسكين الآلام و الأوجاع، و يضع هذه الأقراص في أغلفة من الصفيح عليها علامة (باير) و يوزعها على الجمهور، و تمكن بهذه الطريقة من بيع كمية كبيرة من (الأسبرين) واستولى على مبالغ بسبب ذلك، فهذه الواقعة تتحقق بها جريمة النصب المعاقب عليها بمقتضي المادة 336 من قانون العقوبات المصري،[4] ،كما ذهبت المحكمة العليا في قرار لها أن حيازة منتوجات مستوردة أو مصنعة بصفة غير شرعية هي منتجات مقلدة و مزورة من حيث العلامة التجارية[5] .الأمر الذي يمكن أن

---

1 - رحال عبد القادر، المرجع السابق، الصفحة 205و 206.

2 - باسم شهاب، مبادئ القسم العام لقانون العقوبات، ديوان المطبوعات الجامعية، وهران 2007، الصفحة 152.

3 - عبد الفضيل محمد أحمد، المرجع السابق، الصفحة 345.

4 - نقض جنائي مصري، 22 مارس 1973، طعن رقم 833، س 57، مأخوذ عن- أحمد أبر الروس، المرجع السابق، الصفحات 374و 375.

5 - قرار رقم 286391 المؤرخ في 25/06/2002/المجلة القضائيةالعدد 1،الديوان الوطني للأشغال التربوية،2003 الصفحة 269.

يفسر أن هذا التصرف من جانب المعلن الغرض منه الاستيلاء على أموال الناس بالباطل.

ثانيا: مسؤولية الشركاء عن جريمة النصب الإعلاني

إذا كانت المسؤولية تقع في الأصل على عاتق المعلن باعتباره فاعلا اصليا إلا انه قد يحدث في بعض الحالات أين يشارك فيها و طبقا لنص المادة L.121-5 من مدونة الاستهلاك الفرنسي أشخاص آخرون وبالتالي يسألون كشركاء، وقد وضعت المادة السالفة الذكر قاعدة مؤداها أن الشريك في هذه الجريمة يخضع لأحكام القواعد العامة.

وبالتالي لا يوجد مانع من مساءلة وكالات الإعلان أو مكاتب الإعلان بوصف الاشتراك في الجريمة متى ثبت سوء نية هذه الوكالات أو المكاتب بعلم مدراءها بسمة الخداع في الإعلان المنشور، وإن كان الأمر على حد قول بعض الفقه يتسم بالصعوبة الشديدة، حيث تلجأ هذه الوكالات أو المكاتب إلى نفي مسؤوليتها بادعائها عدم علمها بالمعلومات الزائفة، أو أنها وقعت ضحية خداع وتحايل المورد أو المستفيد من الإعلان.[1]

هذا وقد أدان القضاء الفرنسي في كثير من الأحيان في أحكامه وكالات الإعلان بتوافر العلم لديها بالطبيعة الكاذبة للإعلان الذي شاركت فيه ونشرته ، حيث أظهر القضاء الفرنسي تشددا ملحوظا مع هذه المؤسسات لما تتمتع به من خبرة ودراية فنية تحتم عليها فحص ومراجعة المعلومات المقدمة للجمهور قبل نشرها أو الإعلان عنها.[2]

وما يصدق على وكالات أو مكاتب الإعلان من حيث قيام مسؤوليتها يصدق أيضا على أدوات الإعلان التي تدخل في ارتكاب الجريمة بوصفها فاعلا أو شريك، إلا أن البعض يحذر من مساءلة الصحف، فهي مجرد أداة أو وسيلة لتوصيل الإعلان التجاري للجمهور و لا يشترط في صاحب المجلة أو الصحيفة العلم بكل ما ينشره من معلومات عن السلعة أو الخدمة المعروضة، كما أن وضعه لا يسمح بذلك، بدليل أن إعداد النص الإعلاني أو تصميم الإعلان مستقلا عن نشره و من اللازم على صاحب الصحيفة أو المجلة أن لا يعلم شيئا عن المنتج أو الخدمة محل الإعلان و هو غالبا في وضع لا يمكنه من طلب معلومات عن المنتج أو الخدمة محل الإعلان، فليس مطلوبا من الصحيفة أن يكون لديها مؤسسات و مراكز أبحاث للتحقيق من صدق الإعلان، وبالتالي فالمسؤول الأصلي عن الإعلان هو المعلن بوصفه المهني المتخصص الذي يعلم بحقيقة المبيع محل الإعلان، وتقوم إلى جانبه وكالات الإعلان بتحمل المسؤولية بوصفها شخص اعتباري يحترف مهنة الإعلان، ومن المفروض أن يكون قادرا بما لديه من وسائل أن يتحقق

---

1 - محمد عبد الشافي إسماعيل، المرجع السابق، الصفحة 123.

2 - CASS Crim, 09 Juillet 1993, G.P. 1993, P. 558.
(T. Cor. Lyon. 20 Novembre 1981, G.P. 1982, P. 931, note. Grelle(p-.

من صحة وصدق الإعلان، وعند هذا الرأي فإنه لا يمكن مساءلة الصحيفة اللهم إلا في الحالات التي ترتكب فيها الصحيفة خطأ جسيم[1] Faute lourde.

ويرى آخر بأن الإعلان مسؤولية تضامنية بين المعلن والوسيلة المعلنة،[2] ونحن في الحقيقة نؤيده بدليل أن الوسيلة المعلنة لها من الإمكانيات ما يمكنها من التأكد من صدق الإعلان من عدمه، كما أنها يقع عليها جزء كبير من المسؤولية لأنها تتعامل مباشرة مع الجمهور، فلذلك يجب عليها في سبيل الاتصال بالجمهور الحذر كل الحذر والحيطة.

وذهب جانب آخر من الفقه الفرنسي على تأكيد مسؤولية الصحيفة في كل حالة يعتبر الإعلان فيها مكوّن لجريمة النصب الجنائية.[3]

أما الكلام عن حكم الاشتراك في جريمة الإعلان الكاذب في التشريع الجزائري وبالرجوع إلى مشروع قانون الإشهار لسنة 1999 وبالخصوص المادة 23 منه ،نجدها قد حملت المسؤولية إلى جانب المعلن أي شخص قام بمبادرة نشر أو بث أي إشهار إذا لم يكن المعلن قد أبدى موافقته المسبقة حول محتوى الإعلان، ولكن مع ذلك المعلن لا يمكنه التهرب من مسؤوليته لأنه ملزم بمراقبة محتوى الرسالة الإشهارية قبل بثها، وعلى اعتبار أنه كثيرا ما يقوم بمساعدة المعلن عدة أشخاص آخرون يتدخلون في العمل ألإشهاري، فإن هؤلاء قد تثار مسؤوليتهم بحسب ما إذا قاموا بعملهم بعد إعلام المعلن أو دون ذلك، وهذا حسب المادة 24 من المشروع:" يعتبر معدو الإعلانات الإشهارية و مسؤولو أقسام الإشهار الصحفية أو السمعية البصرية والشركات أو الوكالات الإشهارية مسؤولين بخصوص الإشهارات المبثة أو المنشورة دون الموافقة الصريحة للمعلن".

إذ أن الأصل المعلن هو المؤهل لإعداد الرسالة الإعلانية وبثها بصفة منفردة، ولكن ليس هناك ما يمنع أن يسند ذلك إلى أجهزة إشهارية متخصصة، وهذا حسب المادة 7 من المشروع التي تنص :" كل معلن حر في إعداد الإعلانات الإشهارية واختيار الدعائم التي ينشر ويبث بواسطتها إعلانات إشهارية مع مراعاة أحكام هذا القانون"، وهذه الأجهزة المتخصصة تتمثل في الوكالات الإشهارية التي تقوم بتنظيم وإعداد الرسالة الإعلانية عبر وسائل الإعلان، ويبقى على المعلن أن يمدها بمعلومات صادقة وصحيحة حول السلعة أو الخدمة المراد الإعلان عنها، ولذا تقوم مسؤولية المعلن ووكالة الإعلان ووجه الاشتراك بالنسبة لهذه الأخيرة يتمثل في تقديمها المساعدة للمعلن في تنفيذ الجريمة من خلال تحضير وإعداد الإعلان المجرم مع علمها بذلك واتجاه إرادتها لتحقيق

---

1 - الخطأ الجسيم الذي ممكن أن ترتكبه الصحيفة هو رفض نشر الإعلان، إلا أن البعض يري أن رفض نشر الإعلان هو مجرد استعمال لحرية الصحافة و لا قيد علي الصحيفة في ذلك ،حيث أن حرية الإعلان مرتبطة تماما بحرية الصحافة و كلاهما وجهان لعملة واحدة،احمد السعيد الزقرد،المرجع السابق الذكر،الصفحة 143.

2 - محمد الشناوي، المرجع السابق، الصفحة 411.

3 - GUINCHARD(S) ,*op,cit.*,p211.

ذلك، إلا أنها يمكن أن تتنصل من المسؤولية على أساس أنها تم التحايل عليها من طرف المعلن، كما تقوم مسؤولية المكلف بإدارة الوسيلة الإعلانية إلى جانب مسؤولية المعلن إما بصفته فاعلا أصليا أو شريكا.[1]

وبتطبيق القواعد العامة لتحديد الشريك في النصب الإعلاني فنجد المادة 42 تنص على أنه:" يعتبر شريكا في الجريمة من لم يشترك اشتراكا مباشرا ولكنه ساعد بكل الطرق أو عاون الفاعل أو الفاعلين على ارتكاب الأفعال التحضيرية أو المسهلة أو المنفذة لها مع علمه بذلك، ويحمل هذا النص عدة دلالات منها أن الاشتراك بالمساعدة هو اشتراك غير مباشر، وكذلك أن المشرع قد نأى بنفسه عن تحديد طرق المساعدة إيمانا منه بأنها لا تعد ولا تحصى، ويكفي أن يقدم المساعدة لأي من فاعل الجريمة حين تعددهم، وأخيرا فإن النص القانوني يشير إلى حقيقة أن المساعدة تتعلق بالأعمال التحضيرية أو بمرحلة البدء بالتنفيذ أو التنفيذ، معنى هذا أنه قد استبعد المساعدة اللاحقة وأخذ بالسابقة على ارتكاب الجريمة والمعاصرة لارتكابها.[2]

وسبق أن نوهنا أن تطبيق القواعد العامة يؤدي إلى إدخال الكثير من الأشخاص الذين ارتبطوا بالإعلان، إما في نطاق الفاعل متى ارتكبوا الفعل المادي للجريمة أو ساهموا مساهمة مباشرة في تنفيذها، وإما في حكم الشريك متى ساعدوا أو عاونوا الفاعل أو الفاعلين على ارتكاب الأفعال التحضيرية أو المسهلة أو المنفذة لها مع توفر العلم لديهم بذلك، وعليه فإذا أثبتت الواقعة من قبل الاشتراك فعلى المحكمة أن تبين الطريقة التي يقع فيها الاشتراك، وعلم الشريك بذلك وإلا تعرض حكمها للنقض.[3]

الفرع الثاني : مسؤولية الأشخاص الاعتبارية عن النصب الإعلاني

المسؤولية تعني بشكل عام تحمل الشخص تبعة عمله وعقابه على أساسه، ولكي يسأل أي شخص جنائيا، عن جريمة ارتكبها فلابد أن يكون أهلا لتحمل المسؤولية الجنائية بشرطيها الإدراك أو التمييز وحرية الإرادة والاختيار، وهذان الشرطان لا يتوفران إلا في الشخص الطبيعي أي الإنسان، أما الشخص المعنوي فهو مجموعة من الأشخاص والأموال تتمتع بالشخصية القانونية،[4] فإلى أي مدى يمكن مساءلة الشخص

---

1 - زنوش الطاووس، حماية المستهلك من الإشهارات التجارية، مذكرة تخرج لإجازة شهادة المدرسة العليا للقضاء، 2005/2008 دفعة 16 الصفحات 48و 49.

2 - باسم شهاب، المرجع السابق، الصفحة 162.

3 - طعن رقم 27789، قرار الغرفة الجنائية الأولى، الصادر في 08ديسمبر 1981، جيلالي بغدادي،المرجع السابق الصفحة 4000.

4 - أحمد محمد محمود خلف، المرجع السابق، الصفحة 414.

المعنوي باعتباره شخص قانوني مستقلا عن الشخص الطبيعي مرتكب الجريمة؟ وما هي حدود مسؤوليته؟.

من الأمور التي لا تزال موضع خلاف كبير في الفقه والقضاء مسألة إسناد المسؤولية إلى الشخص المعنوي، كالشركات والجمعيات والمؤسسات وما إلى ذلك من الهيئات التي يضفي عليها القانون شخصية مستقلة عن شخصية الأفراد المكونين لها، فهناك من التشريعات التي أقرت بمبدأ المسؤولية الجنائية للشخص المعنوي وأقرتها بشروط وهو التشريع الفرنسي من خلال المادة L.121- 2 من قانون العقوبات ، حيث نصت على أن :" ما عدا الدولة يسأل جنائيا عن الجرائم التي ترتكب لحسابها بواسطة أجهزتها أو ممثليها وفقا للقواعد المقررة في المواد L.121- 4 إلى L.121-7 ".[1]

ومن بين شروط مسؤولية الشخص المعنوي هي كالتالي:

1/ ارتكاب الفعل المكوّن للجريمة من الممثل القانوني للشخص المعنوي، وعلى ذلك لكي يسأل الشخص المعنوي يجب أن ترتكب الجريمة بواسطة ممثليه، أما إذا ارتكبت بواسطة موظف عادي يعمل لديه فإنه لا يسأل جنائيا.

2/ وقوع الفعل المكون للجريمة لحساب الشخص المعنوي، ويقصد بذلك أن تكون الجريمة قد ارتكبت بهدف تحقيق مصلحة الشخص المعنوي، سواء كانت هذه المصلحة مادية أو معنوية مباشرة أو غير مباشرة، حقيقية أو إحتمالية.[2]

أما فيما يخص المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي عن جريمة الإعلان الخادع فقد أقرها القانون الفرنسي وذلك في حالة كون الإعلان الخادع قد تم لحساب الشخص المعنوي أو باسمه، فتنعقد المسؤولية هنا في حق الممثل القانوني له سواء كان مديرا أو رئيس لمجلس الإدارة، وإن كان بإمكانه دفع هذه المسؤولية عنه إذا تمكن من إثبات أنه قام بتفويض سلطة إصدار أوامر النشر لأحد تابعيه المتخصصين،حيث يكون الشخص المفوض في هذه الحالة هو المسؤول الحقيقي عن الرقابة على الإعلانات قبل نشرها.[3]

ويؤيد البعض مساءلة الشخص الاعتباري عن أفعال أعضائه أو ممثليه المتجاوز لحدود اختصاصهم، والذي يشكل جريمة لأنه- من ناحية- معين من قبله ومن ناحية أخرى لن تتحقق الفائدة من المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي إذا لم يسأل في هذا الفرض،في حين ذهب البعض الآخر إلى عدم مساءلة الشخص المعنوي عن أفعال ممثليه

---

1 L.121-2. C.P : « Les personnes morales à l'exclusion de L'état, sont responsables pénalement - selon les distinctions de 121- 7 à 121- 4 ,des infractions commises,pour leur compte, par leurs organes ou représentants ».

2 PRADEL Jean, le nouveau code pénal Français aperçu sur sa partie générale, R, D, P. - 1993.P33.

3 - خالد موسى توني، المرجع السابق، الصفحة 252.

المتجاوزة لحدود اختصاصهم، إذ يعد العضو أو الممثل الشخصي الاعتباري في هذا الفرض،[1] من الأغيار ويسأل بوصفه فاعلا للجريمة ويمنع إسناد فعله للشخص المعنوي الذي تقف مسؤوليته عند حد الاشتراك في الجريمة حال توافر أي صورة من صور الاشتراك في حقه، ولعل هذا التحديد يفيد في إيجاد معيار للتفرقة بين كون الشخص المعنوي فاعلا أصليا أو شريكا.[2]

وأقر المشرع الجزائري بدوره المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي بموجب القانون رقم 04/15[3] المعدل لقانون العقوبات وذلك في المادة 51 مكرر، ولكن نظرا لغياب نص قانوني ينظم الجرائم المتعلقة بالإعلان ،فلا يمكن القول بإمكانية مساءلته عنها، فلا يجوز متابعة الشخص المعنوي أو مساءلته إلا إذا وجد نص يفيد ذلك صراحة، ذلك أن مسؤوليته مسؤولية خاصة ومتميزة، غير أننا إذا رجعنا إلى التكييف الممكن أن يوصف به الإعلان الكاذب فإنه وحسب نفس التعديل أصبح الشخص المعنوي يسأل عن جريمة النصب حسب نص المادة 382 مكرر 1[4] ، وبالتالي إذا أخذ الإعلان الذي صدر عن الشخص المعنوي وصف جريمة النصب وهو ما نحن بصدد دراسته فإنّ هذا الأخير يتابع ويعاقب حسب هذا النص أي المادة 372 من قانون العقوبات الجزائري.و من خلاله يسال الشخص المعنوي عن هذه الجريمة بتوافر الركن المادي و الركن المعنوي ،الناتج عن ممثله أو احد أجهزته باعتبارهم فاعلين اصلين متى ارتكبت الجريمة باسمه و لحسابه ،طالما كان نشاطه يدخل تحت أحكام المادة 41 من قانون العقوبات الجزائري.

ونستنتج مما سبق أنه يعتبر فاعلا أصليا في جريمة النصب التي تقع من خلال الإعلانات التجارية من تسلم المال من وراء هذه الإعلانات أو ساهم في مثل تسلمه، ومن يطلب بالتسليم أو ساهم في المطالبة، أما الشريك في هذه الجريمة هو الذي يكون فعله دون ذلك، هو الذي يساهم في وسائل الاحتيال فقط دون أن يتجاوز باشتراكه هذا الحد، فيعتبر شريكا فقط كل المتداخلين لتأكيد أكاذيب المعلن الجاني بقول أو فعل أو كتابة، فإن حسنت نيتهم كانوا شركاء حسني النية وإن ساءت استحقوا العقاب،ومسؤولية الفاعل والشريك في هذه الجريمة تفرض في كليهما العلم بالجريمة، وعليه فمتى تعدد المتهمون في الجريمة ينبغي على قضاة الموضوع تضمين قرار الحكم إلى ما يشير إلى

---

1 - أحمد محمد محمود خلف، المرجع السابق، الصفحة 422.

2 - خالد موسى توني، المرجع السابق، الصفحة 260.

3 - قانون رقم 04/15 المؤرخ في 10 نوفمبر 2004،الجريدة الرسمية الصادرة في 10 نوفمبر 2004،العدد 71،الصفحة 8.

4 - تنص المادة 382 مكرر 1 على ما يلي :"يمكن أن يكون الشخص المعنوي مسؤولا جزائيا عن الجرائم المحددة في الأقسام 1و 2و 3من هذا الفصل و ذلك طبقا للشروط المنصوص عليها في المادة 51مكرر"،قانون العقوبات، المرجع السابق ، الصفحة 108.

صفة كل منهم إن كان فاعل أصلي أو شريك، والجريمة المسندة إليه كي تتمكن المحكمة العليا من بسط رقابتها بصورة صحيحة للتحقق من مدى تطبيق القانون.[1]

المطلب الثاني: الجزاء القانوني المقرر لمرتكب النصب في الإعلان

الجزاء هو الأثر المترتب على مخالفة القاعدة القانونية، ولما كانت الإعلانات التجارية تشكل نصبا متى توفرت أركانها فالعقوبة تكون هي نفسها العقوبة المقررة لجريمة النصب التقليدية [2] من حيث توقيعها على كل من الشخص الطبيعي(الفرع الأول) والشخص المعنوي مقترف الفعل المجرم (الفرع الثاني).

الفرع الأول: الجزاء القانوني المقرر للشخص الطبيعي مرتكب النصب الإعلاني

إن من خلال سياق المادة 372 من قانون العقوبات الجزائري نجد أن المشرع قد فرض للعقاب على جريمة النصب المرتكبة من قبل الشخص الطبيعي ثلاث أصناف من العقاب هي عقوبات أصلية وعقوبات تكميلية، كما نص على الظروف المشددة والمخففة لها، وتعرض في الأخير لقيود تحريك الدعوى العمومية بشأنها، وهذا ما سنوضحه كالتالي بشيء من الاختصار:

أولا: العقوبات الأصلية والتكميلية وعقوبة الاشتراك

1/ العقوبات الأصلية

تتمثل العقوبة العادية المنصوص عليها بالمادة 372 في الحكم على مرتكب جريمة النصب بعقوبة بدنية تتراوح ما بين سنة على الأقل و خمس (5)سنوات حبسا على الأكثر، وبعقوبة مالية تتراوح ما بين عشرين ألف(20.000) و مائة ألف (100.000) دينار جزائري غرامة نقدية كلما أثبت إدانته بجريمة النصب.[3]

و نص التشريع الفرنسي على عقوبة جريمة النصب من خلال المادة L.313-1 المتمثلة في عقوبة الحبس والتي هي خمس سنوات،و غرامة مالية تقدر ب 375000

---

1 - قرار الغرفة الجزائية، رقم 397 في 24 جوان 1986، أشار إليه جيلالي بغدادي، المرجع السابق، الصفحة 221.

2 - لقد ذهب القضاء الفرنسي على انه على حسب خطورة الطبيعة الخادعة للرسالة الإعلانية، العقوبة تستطيع أن تكون على أسس نصوص أخرى غير نصوص قانون الاستهلاك المتعلق بالإعلان الكاذب ، فطبق القضاء نصوص الخاصة بالنصب في القضية المعروفة la bague de ré و اعتبر أن النصب مستجمع الأركان فيما يخص الاستعمال الممنوع للعلامة التي تحدث لبس مع علامة أخرى la marque d'autrui،انظر في هذا المعني

. GUY Raymond.*op.cit*.p6-

اورو ،و الملاحظة الجديرة بالذكر هي أن المشرع الفرنسي قد شدد عقوبة الغرامة المالية لجريمة النصب بالمقارنة مع المشرع الجزائري،و هذا ما يجعل العقوبة أكثر ردعا و فعالية في مواجهة المجرمين.[1]

2/ العقوبة التكميلية

نص المشرع الجزائري في الفقرة 3 من المادة 372 من قانون العقوبات على عقوبات تكميلية لجريمة النصب كالتالي: " وفي جميع الحالات يجوز أن يحكم علاوة على ذلك الجاني بالحرمان من جميع الحقوق الواردة في نص المادة 14 أو من بعضها ويمنع من الإقامة و ذلك لمدة سنة على الأقل و خمس سنوات على الأكثر".

بمفهوم هذه المادة نستخلص أن العقوبات التكميلية هي عقوبات جوازية ترك المشرع بشأنها السلطة التقديرية للقاضي في منحها من عدمها، وتمثل العقوبات التكميلية في الحرمان من بعض الحقوق أو كلها الواردة في نص المادة 14 من قانون العقوبات.[2]

3/ **عقوبة الاشتراك:** لقد تحدث المشرع الجزائري على عقوبة الاشتراك في الجريمة من خلال المادة 44 فقرة 1 بقوله:" يعاقب الشريك في جناية أو جنحة بالعقوبة المقررة

3
- تختلف عقوبة جريمة النصب - و هو النص المطبق على الاحتيال الإعلاني - عن العقوبة المقررة للإعلان الكاذب المنصوص عليها في مشروع قانون الإشهار لسنة 1999 حيث قدرت بغرامة ما بين 10000 د ج و 500.000 و تختلف كذلك عن العقوبة المقررة لهذا الأخير و المنصوص عليها في قانون 04/02 المتعلق بالقواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية ،حيث اعتبر هذا القانون الإعلان المضلل ممارسة تجارية غير نزيهة و عاقب عليها بغرامة تتراوح بين 50000و 5000000 دج و ذلك بموجب المادة 38 التي تعاقب على مخالفة المواد 26،27،28و 29 من نفس القانون.

1
- راجع المادة 313-1 من قانون العقوبات الفرنسي.

2
- المادة 14 من قانون العقوبات تنص على ما يلي:" يجوز للمحكمة عند قضائها في جنحة، وفي الحالات التي يحددها القانون،أن تحظر على المحكوم عليه ممارسة حق أو أكثر من الحقوق الوطنية المذكورة في المادة 9 مكرر 1، وذلك لمدة لا تزيد عن خمس سنوات، وتسري هذه العقوبة من يوم انقضاء العقوبة السالبة للحرية أو الإفراج عن المحكوم عليه"، قانون العقوبات، المرجع السابق، الصفحة 8.

* تنص المادة 9 مكرر 1على ما يلي:" يتمثل الحرمان من ممارسة الحقوق الوطنية والمدنية والعائلية في:

أ - العزل أو الإقصاء من جميع الوظائف والمناصب العمومية التي لها علاقة بالجريمة.

ب - الحرمان من حق الانتخاب أو الترشح من حمل أي وسام.

ج - عدم الأهلية لأن يكون مساعدا محلفا خبيرا أو شاهدا على أي عقد أو شاهد أمام القضاء إلا على سبيل الاستدلال.

د - الحرمان من الحق في حمل الأسلحة، وفي التدريس، وفي إدارة مدرسة، أو خدمة في مؤسسة التعليم بوصفه أستاذا أو مدرس أو مراقب.

ه - عدم الأهلية لأن يكون وصيا أو قيما.

و - سقوط حقوق الولاية كلها أو بعضها"، انظر قانون العقوبات المرجع السابق، الصفحات 5 و 6.

للجناية أو الجنحة"، وهو بذلك قد اعتنق مبدأ استعارة العقوبة المقررة للجريمة، فسوّى في العقوبة بين الفاعل والشريك،[1] و لذلك فقد قضي" باستقلالية مسؤولية الشريك عن مسؤولية الفاعل الأصلي و اعتبار فعل الشريك جريمة قائمة بذاتها، وهو ما نص عليه في المادة 44على أن الشريك في جناية أو جنحة يعاقب بالعقوبة المقررة لها ،أي انه يسال عن نشاطه بصرف النظر عن مسؤولية الفاعل الأصلي".[2]

وعلى هذا التقرير فإن الاشتراك في جريمة النصب مثله كمثل الشروع يخضع للقواعد العامة المنصوص عليها في المادة 42 من قانون العقوبات، وبالتالي يخضع الاشتراك في جريمة النصب لنفس عقوبة الفاعل الأصلي، فالغير المتواطئ مع الجاني والذي يلعب دور على مسرح الأحداث في جريمة النصب يعاقب من يباشر الفعل المادي للجريمة.[3] على اعتبار أن الشريك استمد إجرامه من الفاعل الأصلي ، إذن فالعقوبة تكون متساوية لكليهما إذا اثبت الجرم في حق كل منهما و العكس صحيح إذا تمت براءة الفاعل الأصلي فان البراءة تشمل كذلك الشريك، وهو ما ذهب إليه القضاء إلي انه "تطبيقا لنظرية استعارة التجريم قضي بان إدانة الشريك تستند أساسا على إدانة الفاعل الأصلي بحيث إذا لم تثبت الجريمة بحق هذا الأخير و حكم ببراءته نهائيا ثم أحيل الشريك على المحاكمة تعين على جهة الحكم أن تقضي ببراءته و إلا كان حكمها متعارضا مع الحكم السابق و استوجب إبطاله".[4]

ثانيا: الظروف المشددة والأعذار المخففة

بداية سنتعرض للظروف المشددة(1) ثم الأعذار المخففة(2).

1/ **الظروف المشددة لجريمة النصب:** نص قانون العقوبات على ظرفين مشددين لجريمة النصب المبينة في نص المادة 372 وهما:

أ ـ **ظرف يتعلق بالجاني:** وهو الظرف المنصوص عليه في المادة 372 فقرة 2 :" وإذا وقعت الجنحة من شخص لجأ إلى الجمهور بقصد إصدار أسهم أو سندات أو أذونات أو حصص أو أية سندات مالية سواء لشركات أو مشروعات تجارية أو صناعية، وفي هذه الحالة يجوز رفع العقوبة لتصل مدة الحبس إلى 10 سنوات والغرامة 20.000 دينار جزائري، فقد اعتبر المشرع أن توجيه الطرق الاحتيالية لخداع الجمهور

---

1 - عبد العزيز سعد، المرجع السابق، الصفحات 108و 109.

2 - الطعن رقم 14045 في 16/12/1977 .و الطعن رقم 27477 في 13/2/1982 الصادران عن الغرفة الجنائية الأولي ،جيلالي بغدادي ،المرجع السابق ،الصفحة 219.

3 - أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائي العام،جرائم ضد الأشخاص و الأموال، دار هومة 2002 ،الصفحة 172.

4 - قرار الغرفة الجنائية الصادر في 11/5/1969،جيلالي بغدادي، المرجع السابق، الصفحة 218.

ظرفا مشددا لما قد ينجم عنه من نتائج خطيرة وضارة تهدد المجتمع وتصيب الاقتصاد الوطني،[1] فقد شدد المشرع العقوبة هنا لأن الهدف من النصب هو سلب الجمهور ماله ولا يقتصر على ضحية واحدة، وهذا ما يؤكد خطورة شخصية الجاني،[2] وهذا الظرف المشدد نص عليه المشرع اللبناني أيضا مفاده أن جريمة النصب متوافرة الأركان قد ارتكبت في ظروف معينة، فقد اتجهت أساليب الخداع إلى عامة الناس، ويعني ذلك أنه قد استعملت لارتكابها وسيلة تتصف بالعلانية، وقد كانت الغاية إلى استهدافها الحصول على اكتتاب لتمويل عملية إصدار أسهم أو سندات أو غيرها من الوثائق لحساب شركة أو مشروع، وعلة تشديد العقاب على هذا الاحتيال هو خطورته الخاصة وهي خطورة ذات جوانب متعددة، خطورة على أموال صغار المدخرين الذين يغلب أن يكونوا ضحية هذا الاحتيال خاصة وأن من بينهم السذج الذين يتأثرون بسهولة بخداع المعلن المحتال، وخطورة على الاقتصاد القومي لأنه يدخل فيه عناصر من الخداع تخل بالثقة التي يجب أن تتوفّر في مؤسسته ونظمه،[3] فيلزم أولا أن يلجأ الجاني إلى كافة الناس دون تخصيص، فيفترض هذا الشرط أن يستخدم الجاني وسيلة علنية حتى يمكن القول بأنه توجه إلى كل الناس، ويشترط أخيرا أن يكون الغرض من النصب هو تمويل عملية إصدار أسهم أو سندات أو أي وثائق أخرى وهذا الظرف المشدد يفترض اذن أن جريمة النصب قد وقعت عن طريق مخاطبة الجاني جمهور الناس كافة، إذ لا يكفي مخاطبة أشخاص معينين لتوافر هذا الظرف، ويقتضي مخاطبة الناس الالتجاء إلى وسيلة علنية، كما يجب أن يكون الغرض من مخاطبة الجمهور علانية الاحتيال لتمويل إصدار الأسهم أو السندات أو غيرها، والإصدار معناه الدعوة إلى الاكتتاب في الأوراق المالية المطروحة للتداول سواء بقصد إنشاء شركة جديدة أو زيادة راس مال شركة قائمة بالفعل وبناء على ذلك فإن هذا الظرف لا يتوفر إذا كان هدف المحتال هو بيع أسهم أو سندات موجودة من قبل أو رهنها،[4] و يفترض الظرف المشدد أنه قد تحقق بالاتجاه الناس على الوجه السابق أركان جريمة النصب ،فالخطاب الموجه إلى جمهور الناس قد انطوي على كذب كافي لتقوم به إحدى وسائل الخداع، و على سبيل المثال فقد تضمن مبالغة في تقديم أرباح الشركة قائمة أو نشرات بهذا الطريق موازنة مزورة، و بالإضافة إلى ذلك فقد استهدف الخداع إيقاع المجني عليه المحتملين في الغلط و حملهم على تسليم مال يكتتبون به في هذه الأسهم أو السندات.[5]

---

1 - فريجة حسين، المرجع السابق، الصفحة 279.

2 - بن شيخ لحسن، المرجع السابق، الصفحة 201.

3 - محمود نجيب حسني، المرجع السابق، الصفحة 291.

4 - القهواجي علي عبد القادر ، المرجع السابق، الصفحة 823.

وننوّه في هذا الصدد أن المشرع الجزائري في الفقرة الثانية من المادة 372 تصور النصب الذي يقع في نطاق الإعلانات فقط بالنسبة للشركات التجارية في لجوءها للجمهور بقصد إصدار أسهم أو سندات أو أذونات أو حصص أو أي سندات مالية، فجاء النص القانوني صريح، وكأن المشرع الجزائري عند وضعه لمضمون الفقرة الثانية من المادة 372 من قانون العقوبات لم يتصور سوى هذه الحالة من النصب، في حين لم يلقي اهتماما لحالات النصب التي تقوم بها مثلا وكالات السياحة والأسفار[1] عند لجوءها للجمهور أو وكالات العقارية عند لجوءها لتسويق الوحدات الإسكانية ، كذلك الخدمات التي تقدمها البنوك و أمام هذا القصور التشريعي فلا يمكن أن نقول بإمكانية إدراج حالات النصب هذه ضمن الفقرة 2 من المادة 372 لأننا في الأخير نصطدم بالقاعدة الجنائية أن النص الجنائي لا يجوز التوسع فيه أو القياس عليه ،و لهذا نقترح على المشرع الجزائري إعادة مضمون المادة 372 من قانون العقوبات بما يتوافق مع التغيرات الحالية .

و للأمثلة على ذلك ما يتجسد في قضية لإحدى وكالات السياحة و الأسفار،حيث نظرت المحكمة الجزئية بالبريدة في يوم الأحد الموافق 26/4/1428هـ في دعوى المدعي العام في فرع هيئة التحقيق والإدعاء العام بالقصيم ضد المدعى عليه (ع، م) بقيامه بالنصب ،والاحتيال على مجموعة من الأشخاص في موسم الحج الماضي لعام 1427هـ وذلك بإعلانه عن قيامه بحملة لنقل الحجاج من القصيم وشقراء إلى مكة المكرمة، والمبيت بمخيمات المشاعر المقدسة، وتوفير الوجبات، واستلم من كل حاج مبالغ متفاوتة تصل إلى ألفين ومائتي ريال، وبعد نقلهم، وإيصالهم لمكة المكرمة تبين للحجاج عدم وجود مخيمات مجهزة ،وبحث لهم عن شقق سكنية فرفضوا، وطالبوا باستعادة ما دفعوه له، وبالتحقيق معه توجه له الاتهام بقيامه بالنصب والاحتيال على الحجاج، وإيهامهم بوجود حملة لنقل الحجاج، وتقديم الخدمات لهم ،وقيامه بالختم، والتوقيع تزويرا على مستندات تخص إحدى الحملات المعتمدة، والتي لم يتبين وجود علاقة له معها، ويطلب المدعي العام تأديبه، وتعزيره على ممارسة النصب والاحتيال، مع بقاء الحقوق الخاصة،علما أن عليه سابقة مسجلة في سوابقه مماثلة لهذه الجريمة ،وهي قيامه بالنصب ،والاحتيال، والإيهام بوجود حملة حج وهي غير موجودة في

5
- محمود نجيب حسني، المرجع السابق، الصفحة 292.

1
- لقد أشارت المادة 45 من قانون 99/06الذي يحدد القواعد التي تحكم نشاط وكالة السياحة و الأسفار (المؤرخ في 4افريل 1999،جريدة رسمية 7افريل 1999،العدد 24،الصفحة 14) إلى عقوبات ممكن أن تتعرض إليها هذه الأخيرة في حالة ما إذا أخلت بالالتزامات المتعلقة بإعلام الزبون، خاصة إذا قدمت معلومات كاذبة عن الأسعار أو الخدمات عن طريق ما يسمي بالإشهار الكاذب فإنها تعاقب بغرامة مالية من خمسين ألف (50.000) إلى مائة ألف دينار(100.000)، و في حالة العود تضاعف هذه الغرامة و يتعرض صاحب الوكالة أو الوكيل المخالف للحبس من شهرين 2الي ستة 6 اشهر ،أو بأحدي هاتين العقوبتين . كما نصت المادة 44 من القانون السالف الذكر على ما يلي :"يعاقب كل من ينتحل صفة وكيل سياحة و الأسفار تحت أي شكل ،بغرامة مالية من خمسين ألف دينار(50.000) إلي مائتي ألف دينار(200.000) و بالحبس من ثلاثة(3) اشهر إلى ثلاث (3)سنوات أو باحدى هاتين العقوبتين، وما يلاحظ على هذه العقوبة أنها عقوبة تافهة و لا تحقق الهدف المطلوب بالمقارنة مع ما تجنيه وكالة السياحة والأسفار من وراء امتهانها للنصب، الأمر الذي علي أساسه يمكن القول أن المشرع الجزائري لم ينص علي هذه الجريمة كجريمة مستقلة و لم يحدد لها نصوص خاصة إلا بصفة عرضية.

موسم سابق!! وبسؤال فضيلة ناظر القضية له، أجاب بقوله: إن ما ذكره المدعي العام من قيامي بجمع مبالغ من عدة أشخاص بغرض نقلهم لمكة المكرمة، وقضاء المناسك بالمبالغ المذكورة فصحيح ،ولكن لم أنصب عليهم ،وأحتال للاستيلاء على أموالهم حيث اتصل بي أحد الأشخاص عن طريق الحملة المعتمدة المذكورة، وأخبرني بوجود مقاعد شاغرة ،وطلب مني البحث عن من يشغلها ، فقمت بالإعلان عن ذلك باسمي ولما أوصلت الحجاج لمكة المكرمة اتصلت بصاحبي فأخبرني بعدم وجود مقاعد شاغرة ،وأغلق الاتصال ،وأقفل الهاتف المحمول، فقمت بالبحث عن شقق سكنية بدلا من المخيمات، فرفض الحجاج، هذا ما لدي ، فبعد الدعوى، والإجابة، ونظرا لقيام المدعى عليه بالإعلان عن حملة الحج باسمه مع عدم وجود مستند رسمي يخوله ذلك وقيامه بالتوقيع ،والتزوير على محررات ومستندات لا تخصه، بل تخص حملة معتمدة يدل على محاولته التمويه، والاحتيال على الحجاج، إضافة إلى ممارسته لهذا الجرم حيث يوجد جريمة سابقة مماثلة لهذه الجريمة مسجلة عليه، مما يدل على امتهانه للنصب والاحتيال على الحجاج، وما دفع به لا يكفي لنفي التهمة عنه، وتبرئته، لاسيما مع عدم ثبوت ذلك، إذ كيف يخاطر المدعى عليه بمشروع يخص شعيرة عظيمة –كالحج-و يمس الحجاج بناء على اتصال من شخص لمجرد المعرفة فقط؟؟ لذلك فقد حُكِمَ على المدعى عليه بثبوت إدانته بما نسب إليه بالقرار الشرعي رقم 256/4في 8/5/1428هـ وأيدته محكمة التمييز بقرار الدائرة الجزائي الثانية رقم 725/ج 2/أ في 6/9/1428هـ المتضمن التعزير بالسجن لمدة ثلاثة أشهر، وبجلده تسعين جلدة مفرقة على دفعتين متساويتين بينهما مدة لا تقل عن عشرة أيام،وبتغريمه مبلغ خمسة ألاف ريال تودع في بيت المال وبأخذ التعهد عليه بعدم العودة لمثل ما بدر منه، مع بقاء الحق الخاص لحين مطالبة أصحابه به.أ.هـ وبتأمل ذلك وجد أن المدعى عليه قام بممارسة النصب ،والاحتيال للاستيلاء على أموال الحجاج ،إضافة إلى التزوير بالتوقيع على المستندات التي تخص مؤسسة معتمدة لا تربطه بها أي علاقة ،مع وجود جريمة مماثلة مسجلة في سجل سوابقه ،وما دفع به من قيام شخص يعرفه بالاتصال عليه، وإخباره بمقاعد شاغرة لهذه الحملة لا يكفي لتبرئته، والحكم بحسن نيته، وما حكم به عليه تعزيرا يستحقه ، بل يستحق الزيادة عليه سجنا، إضافة إلى التشهير به في الصحف المنتشرة في تلك المنطقة، ولكن نظرا لما أبده من أسباب -وإن كانت غير مقنعة- إلا إنها تسهم في تخفيف العقوبة عليه لتكون كما حكم عليه به.[1]

ب ـ ظرف يتعلق بالمجني عليه

لقد تحدثت المادة 382/2 مكرر على هذا الظرف، و هو عندما تكون الضحية الدولة أو احد مؤسساتها ففي هذه الحالة تكون العقوبة الحبس من سنتين إلى عشر سنوات حبس، و قبل التعديل نص المادة 382 مكرر بموجب القانون رقم 01/09

---

1 - مأخوذ عن ، رحال عبد القادر ،المرجع السابق ،الصفحة 225.

المؤرخ في 26 جوان 2001[1] كانت العقوبة تصل إلى الإعدام عندما ترتكب الجريمة إضرارا بمصالح الأمة.[2]

أما عن عقوبة النصب في التشريع المصري، فقرر هذا الأخير الحبس بالمادة 336/1 من قانون العقوبات المصري المعدل، التي لا تزيد مدته عن ثلاث سنوات لمرتكب جريمة النصب، و كانت قبل التعديل الحبس و الغرامة التي لا تزيد خمس جنيهات أو إحدى هاتين العقوبتين فقط ، و لقد الغي التعديل عقوبة الغرامة فأصبح الحبس وجوبيا، أما عن الظروف المشددة للعقوبة المقررة لجريمة النصب في التشريع المصري فقد نص على ظرف مشدد واحد وهو حالة العود.[3]

2/ الأعذار القانونية لمرتكب جريمة النصب في الإعلان

نصت المادة 373 على الأعذار القانونية وأحالت إلى المادتين 368 [4] و 369 [5] من قانون العقوبات المتعلقة بالإعفاء من العقوبة، وبالقيود الخاصة لمباشرة الدعوى العمومية المقررة لجريمة السرقة، وعلى هذا تطبق الإعفاءات والقيود الخاصة بمباشرة الدعوى العمومية على جنحة النصب، ومعنى هذا هو أنه لا تطبق أي عقوبة على الشخص المدان بارتكاب جريمة النصب التي يقترفها الأصول ضد فروعهم أو يقترفها الفروع ضد أصولهم، أو يقترفها احد الزوجين ضد الزوج الآخر، ومن جهة أخرى يمكن القول أنه لا يجوز للنيابة العامة ممارسة أو مباشرة إجراءات المتابعة بالنسبة إلى جريمة الاحتيال التي تقع بين الأقارب والحواشي والأصهار لغاية الدرجة الرابعة، إلى بناء على

---

1 - جريدة رسمية عدد 34 لسنة 2001.

2 - أحسن بو سقيعة،الجزائي الخاص، المرجع السابق، الصفحة 329.

3 - فوزية عبد الستار، المرجع السابق، الصفحة 882.

4 - تنص المادة 368 من قانون العقوبات الجزائري على ما يلي:" لا يعاقب على السرقات التي ترتكب من الأشخاص المبينين فيما بعد، ولا تخول إلا الحق في التعويض المدني:

1* الأصول إضرارا بأولادهم أو غيرهم من الفروع

2* الفروع إضرارا بأصولهم

3* أحد الزوجين إضرارا بالزوج الآخر"،قانون العقوبات ،المرجع السابق ،الصفحة 105.

5 - تنص المادة 369 على ما يلي:" لا يجوز اتخاذ الإجراءات الجزائية بالنسبة للسرقات التي تقع بين الأقارب والحواشي والأصهار لغاية الدرجة الرابعة إلا بناء على شكوى الشخص المضرور، والتنازل عن الشكوى يضع حدا لهذه الإجراءات"، قانون العقوبات المرجع السابق، الصفحة 105.

شكوى صريحة كتابية أو شفوية من الضحية المتضرر من جريمة النصب، وأن التنازل عن الشكوى يضع حدا لمتابعة الإجراءات.[1]

إلا أن الكلام عن الشكوى الموجودة في قانون العقوبات الجزائري و كيفية إسقاطها على جريمة النصب الإعلاني ،لا يستحسن أو لا يصح العمل بهذا القيد في هذا القانون حول جريمة الاحتيال بالنسبة للاحتيال الإعلاني إن كان قد طبق على نص المادة 372 من قانون العقوبات الجزائري أو قانون 04/02 أو نصوص أخرى تعالج الإعلان ،و ذلك لكون الاحتيال الإعلاني لا يتعلق بشخص أو فئة ما وإنما يتعلق بجماعة المستهلكين أو يستهدف المجتمع بأسره .

وللحديث عن العقوبة المقررة في حالة الشروع في جريمة النصب ،فتطبيقا للقواعد العامة في الجنح أنه لا عقوبة إلا بنص طبقا لما يتضمنه محتوى المادة 31 فقرة الأولى من قانون العقوبات الجزائري بقوله:" المحاولة في الجنحة لا يعاقب عليها إلا بناء على نص صريح في القانون"، ومادامت جريمة النصب جنحة فلا عقاب على الشروع فيها إلا بناء على نص صريح في القانون للقاعدة العامة السابقة، وبالنظر إلى نص المادة 372 من قانون العقوبات نجد أن المشرع الجزائري يقرر العقاب على الشروع فيها بقوله"... أو شرع بذلك وكان ذلك بالاحتيال لسلب كل ثروة الغير أو بعضها أو الشروع فيه".

فيعاقب على الشروع بنفس عقوبة الجريمة التامة، وهو موقف يساير الاتجاه العام في قانون العقوبات الجزائري الذي يساوي بين عقوبة الجريمة التامة والشروع فيها.[2]

ومن التشريعات كذلك التي نصت على العقاب على الشروع في الاحتيال القانون المصري فقد نصت المادة 336 على العقاب على الشروع بقولها :" أما من شرع في النصب ولم يتممه فيعاقب بالحبس مدة لا تتجاوز سنة أو بغرامة لا تتجاوز عشرين جنيه مصريا"، ومن الملاحظ أن عقوبة الشروع هي عقوبة جنحية أيضا، ولكننا نعتقد أن هذا العقاب كعقاب الجريمة التامة يحتاج إلى إعادة النظر من المشرع حتى تتناسب العقوبة مع خطورة الجاني بل و مع جسامة الجريمة التي تزايدت هذه الأيام، و على هذا يختلف المشرع المصري عن البقية في مبدأ التسوية في العقوبة بين الشروع والجريمة التامة.[3]

أما عن الشروع في جريمة الإعلان الخادع في التشريع المصري حال كون الإعلان الخادع لم يؤدي إلى تسليم المال للمعلن ،حيث تعجز قواعد العقاب على الإعلان الخادع في هذه الحالة عن التصدي للمعلن باعتبار الشروع في جريمة الإعلان الخادع غير معاقب عليه وفقا للقاعدة العامة المنصوص عليها في المادة 47من قانون العقوبات،

---

1 - عبد العزيز سعد، المرجع السابق، الصفحات 112و 113.

2 - عبد الله سليمان، القسم الخاص، المرجع السابق، الصفحة 244.

3 - محمود نجيب حسني، المرجع السابق، الصفحة 288.

لكونه من الجنح العمدية التي لا عقاب عليها إلا بنص خاص وهنا يبرز دور التكيف القانوني للواقعة في إطار جريمة النصب.[1]

الفرع الثاني: الجزاء القانوني المقرر للشخص المعنوي مرتكب النصب الإعلاني

كل ما تم التطرق إليه في أول الأمر إنما هو الحديث عن أحكام الشخص الطبيعي عند اقترافه جريمة النصب، فهل يستوي الحكم إذا كنا بصدد الحديث عن الشخص المعنوي إذا ارتكب مثل هذه الجرائم؟.

لقد اقر المشرع الجزائري المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي[2] في القانون رقم 04/15 المؤرخ في 10 نوفمبر 2004 المعدل و المتمم لقانون العقوبات و كرسّها في المادة 51 مكرر منه.[3]

أما عن نوعية العقوبة المقررة يمكن تقسيم العقوبات المستحدثة للشخص المعنوي مقترف جريمة النصب وفقا للنهج الذي سار عليه بعض فقهاء القانون إلى الجزاءات المالية التي تطال الشخص المعنوي و الجزاءات غير المالية التي تطال الشخص المعنوي.[4]

أولا: الجزاءات المالية التي تطال الشخص المعنوي

1
- خالد موسى توني ،المرجع السابق ،الصفحة 234.

2
- لقد حدد المشرع الجزائري الأشخاص المعنوية في المادة 49(من القانون المدني رقم 10/05 المؤرخ في 20 يونيو 2005،الجريدة الرسمية لسنة 2005،العدد 44،الصفحة 21) بقوله:" الأشخاص الاعتبارية هي الدولة، الولاية، البلدية، المؤسسات العمومية ذات الطابع الإداري، الشركات المدنية والتجارية، الجمعيات والمؤسسات، الوقف، كل مجموعة من الأشخاص أو الأموال يمنحها القانون شخصية قانونية" .

3
- تنص المادة 51 مكرر:" باستثناء الدولة والجماعات المحلية والأشخاص المعنوية الخاضعة للقانون العام يكون الشخص المعنوي مسؤولا جزائيا عن الجرائم التي ترتكب لحسابه من طرف أجهزته أو ممثليه الشرعيين عندما ينص القانون على ذلك".
- إن المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي لا تمنع مساءلة الشخص الطبيعي كفاعل أصلي أو شريك في نفي الأفعال"، قانون العقوبات، المرجع السابق، الصفحة 20.

4
- باسم شهاب، المرجع السابق، الصفحة 310.
- و قد عمد بعض الفقه الفرنسي إلي تقسيم العقوبات المستحدثة للشخص المعنوي إلي عقوبات تمس الذمة المالية و عقوبات ماسة بوجود الشخص المعنوي أو حياته ،انظر في ذلك:

la responsabilité pénale des personnes morales pour escroquerie est spécialement prévue par":- l'article 313-9 du code pénal qui pose à leur encontre la peine d'amende selon les modalités de l'article 131-38 de code pénal et les peines mentionnées à l'article 131-39 étant précisé que l'interdiction mentionnée au 2 de l'article 131-39 porte sur l'activité dans l'exercice ou à l'occasion de l'exercice de laquelle l'infraction à été commise ¨.VALERIE Malabat ,droit pénal spécial,3édition, Dalloz .,2007 ,p416.

1/ الغرامة المالية: تعد من أهم العقوبات التي تطبق على الشخص المعنوي في كل الجرائم فتطبق على الشخص المعنوي عقوبة الغرامة حسب الكيفيّات المنصوص عليها في المادة 18مكرر 1، و في المادة 18مكرر 2، و يتعرض أيضا لواحدة أو أكثر من العقوبات التكميلية المنصوص عليها في المادة 18مكرر، فنصت المادة 18مكرر بالنسبة للجنايات و الجنح:

* الغرامة التي تساوي مرة(1) إلى خمس(5)مرات الحد الأقصى للغرامة المقررة للشخص الطبيعي في القانون الذي يعاقب على الجريمة.

وفي جريمة النصب قدرت الغرامة في الظروف العادية بمبلغ يتراوح بين 20.000 دينار جزائري و 100.000دينار جزائري، و في الظروف المشددة قد تصل الغرامة 400.000 دينار جزائري، و تبقى السلطة التقديرية للقاضي، و هذا ما نصت عليه المادة 372 من قانون العقوبات الجزائري.

كما حدّد المشرع الفرنسي أيضا مقدار الغرامة المالية بالنسبة للشخص المعنوي في جنحة النصب بخمس أضعاف الحد الأقصى لغرامة الشخص الطبيعي.[1]

فمضاعفة العقوبة المقررة للشخص المعنوي يعتبر حكمة وعدالة و فعالية لتحقيق الردع نظرا للفرق الهائل بين إمكانية الشخصين الطبيعي والمعنوي، وللغرامة أهمية في تطبيق الجزاء على الشخص المعنوي، لأن الفائدة الحقيقية للشخص المعنوي هي مالية، لكن إذا رجعنا إلى نص المادة 372 سواء في العقوبة في الظروف العادية التي تحدد من 20.000دينار جزائري إلى 100.000دينار جزائري، و في حالة الظروف المشددة قد تصل إلى 400.000 دينار جزائري، نجد أنه بتطبيق المادة 18مكرر أن العقوبة غير رادعة بالمقارنة مع ما تجنيه الشركة من جراء ارتكابها لجنحة النصب، فالغرامة خير وسيلة لترويضه، و بما أن الغرامة لا تكون مؤثرة ما لم تكن كبيرة مقارنة بالشخص الطبيعي فحجم الغرامة المفروض على الشخص المعنوي بموجب النص القانوني لا يتناسب مع قيمة الأرباح و الكسب المادي الذي يحققه الشخص المعنوي.

ولذلك نقترح على المشرع الجزائري بضرورة رفع قيمة الغرامة بما يتلاءم مع جسامة الضرر الذي يلحق بالغير نتيجة ارتكابه جريمة النصب.

2/ المصادرة: لقد عرفت المادة 15 من قانون العقوبات الجزائري المعدل بموجب القانون 06- 23 المصادرة بأنها:"الأيلولة النهائية إلى الدولة لمال أو مجموعة أموال معينة، أو ما يعادل قيمتها عند الاقتضاء".

3/ الإقصاء من الصفقات العمومية: نص عليه المشرع لأول مرة في المادة 18-2 مكرر و مدة الإقصاء لا تتجاوز في كلّ الأحوال الخمس سنوات.

4/ حظر إصدار الشيكات أو استعمال بطاقات الدفع.

---

1 - Art. 131- 38:¨ Le taux maximum de l'amende applicable aux personnes morales est égal au quintuple de celui prévu pour les personnes physiques par la loi qui réprime l'infraction ».

ثانيا: الجزاءات الغير المالية التي تطال الشخص المعنوي

تتمثل هذه الجزاءات في:

1/ الوضع تحت الحراسة القضائية لمدة لا تتجاوز 5 سنوات.

2/ إغلاق المؤسسة أو فرع من فروعها لمدة لا تتجاوز 5 سنوات.

3/ المنع من مزاولة نشاط أو عدة أنشطة مهنية أو اجتماعية، المادة 18مكرر الفقرة 6.

4/ حل الشخص المعنوي:

وردت هذه العقوبات ضمن ما ورد من عقوبات في الفقرة الثانية من المادة 18 مكرر من قانون العقوبات، بالقانون المعدل رقم 15 لسنة 2004، وهي عقوبة قاسية من صنف العقوبات التكميلية التي أشارت إليها المادة 17 بالقول عنها:" منع الشخص الاعتباري من الاستمرار في ممارسة نشاطه، يقتضي أن لا يستمر هذا النشاط حتى ولو كان تحت اسم آخر أو مع مدرين أو أعضاء مجلس الإدارة أو مسيرين آخرين ويترتب على ذلك تصفية أمواله مع المحافظة على حقوق الغير حسن النية"، فالحل عقوبة تواجه الشخص المعنوي و يمكن وصفها بعقوبة الإعدام الاقتصادي و هي لا تقارن إلا بعقوبة الموت بالنسبة للشخص الطبيعي، فلم يقيدها المشرع الجزائري بأي قيد كان، و على خلاف المشرع الجزائري الذي لم يتطرق لمضمون هذه العقوبة وقواعد تطبيقها نص قانون العقوبات الفرنسي الجديد على عقوبة حل الشخص المعنوي في المادة 131- 39 فقرة 1 إذ بين الجرائم التي يرتكبها الشخص المعنوي و يترتب عليها حله و من بينها جريمة النصب و اعتبرها عقوبة أصلية بتوفر شروط نصت عليهم نفس المادة وهي :ـ أن يكون الشخص المعنوي قد أنشئ من اجل ارتكاب الجرائم و هو الهدف الأساسي من تأسيسه الذي يكون غير مشروع، أي أن ركن القصد الجنائي يجب أن يكون قويا كما تطبق الحل أيضا على الشخص المعنوي الذي انصرف هدفه المشروع إلى ارتكاب الجريمة، و جرى العمل في فرنسا أن الحل يخضع لتقدير القاضي، و منه لا يقع حسب نص المادة 131-39 من قانون العقوبات الفرنسي إلا على الشخص المعنوي الذي وجد أساسا لارتكاب الجرائم، و لهذا يعد الحل من أكثر الجزاءات خطورة و أشدّها لأنها تنهي حياة الشخص المعنوي.[1]

5/ نشر و تعليق حكم الإدانة: يقصد بنشر وتعليق حكم الإدانة في القانون الفرنسي إعلان و إذاعة حكم الإدانة"،[2] و نص المشرع الجزائري على هذه العقوبة في المادة 18مكرر فقرة 8.

---

1 - باسم شهاب، المرجع السابق، الصفحات 322و 323.

2 - المادة 131 /31 /9 من قانون العقوبات الفرنسي الجديد التي نصت على عقوبة النشر، والمادة 131/35 عرفت نشر حكم الإدانة، وبينت طريقة تنفيذه ومدة نشره.

إلا أن المشرع الفرنسي أضاف عقوبة أخرى إلى جانب هذه العقوبات هي المنع النهائي أو المؤقت من الدعوة العامة للادخار،[1] والتي لا وجود لها ضمن العقوبات المقررة للشخص المعنوي في التشريع الجزائري.

والملاحظ على جملة هذه العقوبات أنها عقوبات خاصة بعموم الاحتيال ،متمثلة في الحبس من سنة (1)على الأقل إلى خمس(5) سنوات على الأكثر و الغرامة من(20.000)إلي (100.000) دينار و في حالة الظروف المشددة قال : " فيجوز أن تصل مدة الحبس إلى عشر سنوات و الغرامة إلى 400.000 دينار " . مما يعني أنها عقوبات غير كافية و لا تحقق الردع المناسب للمعلن حتى في الظروف المشددة، و هو ما ذهب إليه الدكتور عبد المنعم موسي إبراهيم إلى أن تطبيق العقوبات الخاصة بجريمة النصب التقليدية بغية مواجهة المعلن لا تفي بالغرض و لا تأتي بثمارها في كثير من الأحيان، لأن الحبس و الغرامة هي عقوبات نادرة في العمل بالنسبة للمهنيين و المعلنين بصفة خاصة،[2] و يشير بعض الفقه الفرنسي إلى أن المحاكم نادرا ما تلجأ إلى عقوبة الحبس في مثل هذه النوعية من الجرائم.[3]

كما ركّز الأستاذ عبد المنعم على ضرورة سن قانون خاص يتعلق بالإعلان والجرائم المتعلقة به مثلما فعل المشرع الفرنسي، إلى جانب عقوبة الحبس و الغرامة نص على عقوبات تكميلية،[4] متمثلة في وقف نشر الإعلان الكاذب، نشر الحكم الصادر بالإدانة، ونشر إعلان تصحيحي للإعلان، وهي عقوبات وجوبيه ماعدا عقوبة نشر إعلان تصحيحي التي تعتبر عقوبة جوازيه،إلا أن البعض اعتبرها عقوبة إلزامية و ليست عقوبة اختيارية متروكة لتقدير القاضي،[5] فعقوبة "وقف نشر الإعلان الكاذب" عقوبة جدّ فعالة في مواجهة المعلن، فالقاضي له هذه الصلاحية حتى قبل أن يصدر حكم في موضوع المخالفة، و ذلك تقديرا لأهمية هذا الإجراء في تلافي الآثار الصادرة التي

---

1 - لقد نص المشرع الفرنسي على هذا الإجراء بموجب المادة 131/47 من قانون العقوبات الفرنسي والذي وصف بكونه يتعلق بالمنع من الاستثمار أو توظيف السندات أيا كانت أنواعها، أو اللجوء إلى مؤسسات الائتمان والمؤسسات المالية أو شركات البورصة، أو إجراء أي نوع من أنواع الإعلانات، وهذا النوع لا يشمل جميع الأشخاص المعنوية بل هي محددة على سبيل الحصر مثل شركات المساهمة والشركات المدنية للاستثمار العقاري...الخ، انظر- باسم شهاب ،المرجع السابق ،الصفحة 317.

2 - عبد المنعم موسى إبراهيم، المرجع السابق، الصفحة 197.

3 - خالد موسى توني ،المرجع السابق، الصفحة 263.

4 - قد تكون أحيانا العقوبات التكميلية أو التدابير الوقائية أكثر ردعا من العقوبات الأصلية وأفيد للمتضرر وهو ما أثبتته عقوبة وقف نشر الإعلان، انظر زنوش الطاووس، المرجع السابق، الصفحة 49.

5 CALAIS-Auloy JEAN et STEINMETZ FRANK ,droit de la consommation.,5éme - édition.,Dalloz.,1989.p122

قد تنشأ عن الاستمرار في عرض الإعلان و نشره حتى تثبت المحكمة من قيام الجريمة في حق المعلن،[1] فهو طريقة وقائية و تدبير،الأمر الذي على أساسه يعتبر الإعلان الزائف جريمة اقتصادية تخضع لقواعد خاصة من حيث قواعد التجريم والعقاب.[2]

وصفوة القول ، هو أن تحديد المسؤول جزائيا عن مرتكب النصب الإعلاني وتقرير الجزاء القانوني له يساعد في ضبط و إحكام التجريم و من ثمة مواجهة الاحتيال الإعلاني، إلا أن التشريع القانوني وحده لا يكفي للتصدي لهذه الجريمة أو أي جريمة أخرى ما لم تكن هناك تكاثف لجهود مبذولة في سبيل الوصول إلى مواجهة فعالة.

المبحث الثاني: الإجراءات الوقائية و دور مؤسسات الدولة في التصدي للنصب الإعلاني

إن ملاحقة الإعلانات المزيفة و ما ينشأ عنها من تجاوزات ليست قاصرة على الجزاءات الجنائية فقط، بل هناك مواجهة تتحقق عن طريق الارتقاء بأخلاقيات مهنة الإعلان و تقوية الشعور بالمسؤولية والانضباط الذاتي من جانب المعلنين، الأمر الذي أدّى ببعض الجهات والمؤسسات لتتعاون من أجل التصدي لهذا التجاوز من جانب القائمين على مهنة الإعلان، أو كل من يشارك في هذا التصرف مستغلين قلة خبرة المستهلكين من جهة، وطمعهم من جهة أخرى، و لذلك سنسلط الضوء على أبرز هذه المؤسسات و الهيئات ودورها في مواجهة النصب الإعلاني من خلال الوقاية الإجرائية للإعلانات، و التي ضمن هذه الإجراءات ما تقوم به جمعيات حماية المستهلك (المطلب الأول)، وأخيرا عرض لجهود بعض مؤسسات الدولة و الشرطة في التصدي للنصب الإعلاني (المطلب الثاني).

المطلب الأول: المواجهة الوقائية الإجرائية للإعلانات وموقف جمعيات حماية المستهلك من الإعلانات الزائفة

تحظى الإعلانات التجارية في معظم الدول المتقدمة بعناية بالغة واهتمام من قبل تشريعات تلك الدول نظرا لاتصالها بالمستهلك ومالها من القدرة في التأثير عليه، لذلك أنشأت هيئات رقابية مهمتها رقابة الإعلانات التجارية المعروضة على مسمع ومرأى جمهور المستهلكين واتخذت لها الصفة الإلزامية لذلك، كما قامت جمعيات حماية المستهلك هي الأخرى بدور لا بأس به لحماية متلقي الرسالة الإعلانية و الدفاع عن مصالحه، و منه سنتطرق للمواجهة الوقائية الإجرائية للإعلانات (الفرع الأول) وموقف جمعيات حماية المستهلك من الإعلانات الزائفة (الفرع الثاني).

الفرع الأول: المواجهة الوقائية الإجرائية للإعلانات

---

1 - .T.paris.,6janvier1982.,G.P.1982.11.,p448.,note Fourgoux

2 - إبراهيم عماري، ملتقى حول إعلام البائع(المنتج، الموزع) بالوسائل الحديثة وموقف الفقه الإسلامي منها، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية ،الشلف، عدد 5، 2011، الصفحة 42.

تتحقق المواجهة الوقائية الإجرائية في مجال الإعلانات التجارية من خلال مجموعة إجراءات القصد منها التثبت من صدق الإعلان وصحته قبل بثه و نشره على الجمهور، ومن هذه الإجراءات الوقائية:[1]

* التدليل على صحة الإعلان(أولا).

* الفحص الوقائي للإعلان (ثانيا) .

* تعقب الإعلان(ثالثا).

أولا: التدليل على صحة الإعلان

يعد إثبات صحة وصدق مضمون ما ورد في الرسالة الإعلانية قبل نشرها أحد أنجع الوسائل لتقديم الإعلانات، والتأكد من صحتها والحيلولة دون قيام المنشآت التجارية بالترويج لمنتجاتها وخدماتها من خلال إعلانات كاذبة، وتقتضي هذه الوسيلة تقديم الجهة المعلنة الوثائق التي تؤكد صدق ما يرد من إدعاءات في الإعلان المزمع بثه في الواقع،[2] ويقتضي النهج السالف أن يعهد إلى جهة إدارية متخصصة مسألة التحقيق من صدق الإعلانات و صحتها، ولا شك أن التدليل على صحة الإعلان يحقق العديد من الفوائد العملية التي تبرز في التخلص من مأزق إثبات الضرر الفعلي وعلاقة السببية في حالات كثيرة يصعب فيها على المتضرر من هذا الإعلان الوصول إلى ذلك الإثبات ،خاصة عندما يعهد المعلن لاستخدام أسلوب الخداع الخفي باستعمال هوى معين في فئة معينة من الجمهور، كما أن هذا الحل يسهل الأمر كثيرا بالنسبة للقضاء الذي يكتفي في ظل هذا النهج بإثبات عدم قيام المعلن بتقديم الوثائق المزعمة لادعاءاته الواردة في الإعلان لترجيح وجود تضليل بالمادة الإعلانية.[3]

ثانيا: الفحص الوقائي للإعلان (إعاقة نشر الإعلان)

---

1 - خالد موسى توني، المرجع السابق، الصفحة 314.

2 - عبد الفضيل محمد احمد ، المرجع السالف الذكر، الصفحة 380.

3 - خالد موسى توني، المرجع السابق، الصفحة 315.

يقوم مكتب فحص الإعلانات،[1] بهذا الدور فهو يمكن وصفه بالبوليس المدني قبل و بعد صدور الإعلان،[2] إذ قبل نشر الإعلان يقوم مكتب فحص الإعلانات بدور في تحقيق الانضباط الذاتي عن طريق تقديم النصح والمشورة فيما يؤخذ رأيه فيه من الإعلانات، وكذا يقوم بدور وقائي لا يمكن إنكاره من حيث التثبت من إذا كانت الإعلانات المزمع نشرها تتفق مع القانون أم لا، وتوجيه المعلن نحو الابتعاد عن كافة صور وأشكال التعبير التي تدخل في إطار الخداع الإعلاني، ومطالبة المعلن بتصحيحها وإقرار تلك الإعلانات التي لا تشكل ثمة مخالفة للقواعد المرعية في الإعلان الصادق، مما يحث المعلن على القيام بدور رقابي على نفسه بالتخلي عن رسالته الإعلانية الزائفة وعدم إذاعتها.[3]

ثالثا: تعقب الإعلان

وإذا ما نشر الإعلان الذي يحمل قدرا من التجاوز والتضليل، فإن مكتب فحص الإعلانات يقوم بدوره في تعقب هذه الإعلانات، واتخاذ الإجراءات التي يراها ضرورية في هذه الحالة كطلب وقف نشر الإعلان، وهو في سبيل ذلك يقوم بمبادرة ذاتية من خلال مندوبيه للبحث عن الإعلانات الخادعة والمضللة في الشوارع، أو من خلال الاستماع إليها في الراديو أو مشاهدتها في التلفاز أو بناء على شكوى إحدى جمعيات حماية المستهلك أو التجار.[4]

وفي حالة التثبت من توافر الخداع الإعلاني، يتم إنذار المعلن ومطالبته بوقف نشر الإعلان، فإذا لم يستجيب المعلن للإنذار فإن المكتب يستطيع أن يحرر محضرا بالواقعة و يحيله للنيابة العامة مدعما بما وصل إليه من قرائن ودلائل على تحقيق الخداع في الإعلان، وله أن يطلب من النيابة العامة إصدار الأمر بوقف نشر الإعلان ويلاحظ أن الأمر الصادر بوقف نشر الإعلان قد يكون مصدره قاضي التحقيق أو المحكمة

1

- مكتب فحص الإعلانات(BVP) هو جمعية تخضع لقانون 1901، تم تأسيسها في 1935، موضوعها السعي إلى بلوغ إعلان مشروع و حقيقي، وذلك لحماية الجمهور خاصة المستهلكين، أعضاؤه هم من ممارسي الإعلان إعلانيين، وكالات الإعلان، مراسلين إعلانيين، ويتكون هذا المكتب من قانونيين، يكلف بتقديم استشارات لمؤلفي أو منتجي الرسائل الإعلانية وكذا مراقبتها عند نشرها، كما يقوم المكتب بمراقبة أحكام ميثاق الشرف المتعلق بالقواعد الأدبية و الخلقية المستمدة من تقنين العمليات التجارية الصادرة عن غرفة التجارة الدولية ،بما يتعلق بالدعاية في الصحف،و الهيئة الفرنسية للدعاية R.F.P فيما يتعلق بالدعاية المسموعة و المرئية، انظر في ذلك

GUY Raymond,*op. cit*, p4-

2

GREFFE Pierre et GREFFE François., La publicité et la loi en doit Français union Européenne et - .Suisse .,Litec ; 2éme éd, 1995, p 811

3

.MAYER Daniele*, op.cit*, p 101 -

4

.REGIS Fabres.,*op.cit*.,p13 -

المختصة بالدعوى، وذلك بناء على طلب من النيابة العامة أو من تلقاء نفسها إذا لمست الصفة الكاذبة في الإعلان أثناء النظر في الدعوى.[1]

أما في الجزائر فان قانون الإعلام الجديد 12/05 قد أحدث سلطة ضبط الصحافة المكتوبة والتي خول لها مهمة الرقابة على الإعلانات حيث نصت المادة 40 [2]منه على جملة من المهام لسلطة ضبط الصحافة المكتوبة والتي من بينها :- السهر على احترام المقاييس في مجال الإشهار و مراقبة صدقه و مضمونه .

إلا أن السؤال الذي قد يطرح ما الجهة المراقبة لفحوى الإعلانات التي تقوم بها مثلا وكالات السياحة و الأسفار و الإعلانات التي تقوم بها الوكالات العقارية....؟

وعلى هذا الأساس نهيب بالمشرع الجزائري إلى ضرورة إنشاء هيئة لها مهمة رقابة الإعلانات[3] أينما كانت ومن من صدرت مثل مكتب مراقبة الإعلان في فرنسا وهو ما نص عليه مشرع قانون الإشهار لسنة 1999 إلى ضرورة إنشاء هيئة مستقلة يعهد إليها مسؤولية متابعة الممارسات الاشهارية ومدى مطابقتها مع القانون باعتبارها هيئة متابعة و كذلك هيئة طعن. ومنه يمكن القول أن مكتب فحص الإعلانات في فرنسا كان له الدور الفعال والايجابي في إحكام هذا الميدان ورقابته، وهو ما نأمل أن تحققه سلطة ضبط الصحافة المكتوبة و هيئات أخرى في الجزائر من اجل إعلان نزيه و موضوعي.

الفرع الثاني: التدخل الوقائي لجمعيات حماية المستهلك

لقد اعترف المشرع الجزائري بدور جمعيات حماية المستهلك بموجب القانون 89-02 الصادر في 07 فيفري 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك[4] الملغى بموجب القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، أما تنظيم هذه الجمعيات من حيث نشأتها و تنظيمها وتسيرها فقد نظمه المشرع بموجب القانون رقم 90-31 المعدل بموجب القانون 12-06 [5]المتعلق بالجمعيات، حيث تم الاعتراف لها بالشخصية المعنوية و الأهلية المدنية بمجرد تأسيسها ،عملا بأحكام المادة 17 من القانون ذاته، وأمام هذا الاعتراف من قبل المشرع فيمكن أن تساهم هذه الجمعيات إلى جانب بعض الجهات الإدارية في رقابة الإعلانات و محاربتها متى شكلت مساسا

---

1 - GREFFE Pierre et GREFFE François ,*op. cit* ,P 13.

2 - سلطة ضبط الصحافة المكتوبة هي سلطة مستقلة تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي،المادة 40 من القانون 12/05، المرجع السابق،الصفحة 6.

3 - فيما يخص رقابة الإعلانات التلفزيونية فلقد كان المجلس الأعلى للإعلام هو من يتولى رقابتها سابقا، لكن بعد إلغائه حلت محله وزارة الإعلام.

4 - جريدة رسمية عدد 6 لسنة 1989.

بالمصالح الأساسية للمستهلك ،و لها في سبيل ذلك عدة وسائل تستعملها للوقوف في وجه المعلن ووضع حد لتجاوزه.

أولا :و سائل جمعيات حماية المستهلك في الوقاية من الإعلانات الزائفة

تلعب جمعيات حماية المستهلك دورا وقائيا و تربويا و إعلاميا في مجال حماية المستهلك، فلها في ذلك الوسائل الإعلامية المختلفة، وهناك وسيلتان تلجأ إليهما عادة جمعيات حماية المستهلك لتحقيق أهدافها وهما الدعاية المضادة و المقاطعة بالإضافة إلى دورها في مجال التحسيس و الإعلام، كما يمكن ان تدافع عن مصالح المستهلك أمام الجهات القضائية.[1]

1- التحسيس و الإعلام : أمام غياب الوعي الاستهلاكي لدى الكثير من المستهلكين و طمع الكثير من المحترفين لأجل الكسب السريع ،الأمر الذي تطلب وجود متابعة مستمرة من طرف جمعيات حماية المستهلك قصد التحسيس والإعلام و التحذير من مخاطر الإعلانات والممارسات التجارية التي تشكل خطر عليه، و هي في ذلك تستعمل وسائل الإعلام المختلفة مثل التلفزيون و الإذاعة...الخ، كما تقوم بطبع بعض الدوريات من الصحف و المجلات و توزيعها على المستهلكين تكون مشتملة على معلومات عن السلع و الخدمات المعروضة في السوق.[2]

2- الدفاع عن المصالح المستهلك أمام الجهات القضائية

إذا ثبت الخرق من جانب المحترف فلجمعيات حماية المستهلك أن تتدخل للدفاع عن حقوق المستهلكين،والمشرع الجزائري مثل نظيره الفرنسي منح الحق لجمعيات حماية المستهلك في الدفاع عن حقوق و مصالح المستهلك أمام الجهات القضائية . فحسب نص المادة L.421-1 من تقنين الاستهلاك الفرنسي التي نصت على حق جمعيات حماية المستهلك في الادعاء مدنيا أمام القضاء الجنائي للمطالبة بالتعويض عن الأضرار الناتجة عن الإعلانات المزيفة و ذلك دفاعا عن المصالح الجماعية للمستهلكين، والادعاء المدني هنا يقتصر على المحاكم الجنائية فقط،[3] كما يشترط أيضا لقبول دعاوى الجمعيات أن

5
- قانون رقم 12/06المتعلق بالجمعيات المؤرخ في 12 يناير 2012،الجريدة الرسمية عدد 2 لسنة 2012، الصفحة 33(المعدل للقانون رقم 90/31 المؤرخ في 04 ديسمبر 1990، الجريدة الرسمية عدد 53، الصادرة سنة 1990).

1
- زبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، ماجستير جامعة مولود معمري تيزي وزو، سنة 2011، الصفحات ،206الي 208.

2
- انظر في هذا المعني،احمد محمد محمود خلف،المرجع السابق،الصفحة 609.

3
- Appel. Paris, 4 Juillet 1977, J.C.P, 1979,11, 19015, note Andrei (D), et Divier Pierre François. Cass crim, 18 mai 1993, D.1994 ,1som .p77. ,obs ,izorche (M L) ,T .cor.lyon, 3 decembre 1973. .G.P.1974, 13 Aout 1974, not.,divier

يكون هناك جريمة جنائية تخلف عنها ضرر جماعي سواء كان مباشرا أو غير مباشر، فضلا عن كون أن هذه الجمعيات مرخص لها بمباشرة هذا النشاط ومعتمدة من قبل السلطة العامة.[1]

نفس الشيء بالنسبة للتشريع الجزائري فيمكن أن تتأسس جمعيات حماية المستهلك كطرف مدني،[2] وتطالب بحقوق لصالح المستهلك لكن يجب أن تكون هناك مخالفة للقانون الجنائي حتى يتسنى لها الادعاء مدنيا أمام القضاء الجنائي، فيلزم أن يكون التصرف الذي قام به المعلن جريمة معاقب عليها جزائيا، أي وقوع الجريمة سواء كانت جناية أو جنحة طبقا لنص المادة 72 من قانون الإجراءات الجزائية.[3]

لكن الطريق الجنائي الذي تتخذه جمعيات حماية المستهلك لا يأتي بثماره في معظم الأحيان، وهذا لبطء الإجراءات، وقد لا تمتلك الجمعية السيولة المالية الكافية فتلجأ هذه الأخيرة إلى جانب ذلك إلى استعمال وسائل أخرى لا تقل أهمية إلى جانب الدعاوى القضائية، ولعل أهم الوسائل التي تتخذها هذه الجمعيات هي الدعوة إلى المقاطعة وكذلك اللجوء إلى الإشهار المضاد.

3- الدعوة إلى المقاطعة

يتمثل أسلوب المقاطعة في التعليمة التي توجهها جمعيات حماية المستهلك لكافة المستهلكين لأجل حثهم على الامتناع عن اقتناء منتجات أو خدمات محل الإعلانات الكاذبة، فالمقاطعة هي دعوة المستهلكين إلى عدم التعامل مع بعض منتجي المنتجات التي تشكل خطر يهدد صحة المستهلك، في حين يعتبرها البعض هي نوع من التوعية والتحسيس لعدم شراء سلعة أو خدمة لا تتطابق مع المواصفات المعلن عنها، لذلك يعتبر سلاح فتاك للتأثير على المهنيين كي يحترموا الحقوق الأساسية للمستهلكين.[4]

1

- CASS Crim, 07 Janvier 1987, inc. Hebdo. NX 563.

« Les associations de consommateurs agréés peuvent exercer devant toutes les juridictions l'action civile relative aux faits portants un préjudice direct ou indirect l'intérêt collectif des consommateurs, elles peuvent agir même si le produit faisant l'objet du litige(en l'occurrence une tromperie) n'est commercialise qu'entre professionnels et n'est donc pas encore mis en vente au bénéfice des consommateurs ».

2

- تنص المادة 23 من القانون 09/03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أنه:" عندما يتعرض مستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فردية يتسبب فيها نفس المتدخل وذات أصل مشترك، يمكن لجمعيات حماية المستهلك أن تتأسس كطرف مدني".

3

- تنص المادة 72 من ق ا ج(الأمر رقم 66/155 المؤرخ في 18 صفر 1386 الموافق ل 08 يونيو 1966 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية المعدل والمتمم بموجب القانون 06/22 المؤرخ في 20 ديسمبر 2006 الجريدة الرسمية لسنة 2006،العدد 84،الصفحة 10)على أنه:" يجوز لكل شخص متضرر من جناية أو جنحة أن يدعي مدنيا بأن يتقدم بشكواه أمام قاضي التحقيق المختص".

أغلب الجمعيات الموجودة في الجزائر تكاد لا يعرف أو يسمع لها صوت، إذ أنها لا تزيد المستهلك حماية ولا تدافع عنه بلية، الأمر الذي يكون منعدم في إطار ممارسة أسلوب المقاطعة عكس الجمعيات المكلفة بحماية المستهلك في الدول الأوربية نظرا لتمتعها بقدر كبير من الكفاءة والخبرة في هذا المجال.

4 - الإشهار المضاد: يمكن لجمعيات حماية المستهلك أن تباشر إجراء آخر إلى جانب تلك المذكورة سابقا، وذلك بان تتخذ أسلوب آخر للتنديد بالممارسات غير الشرعية التي يقوم بها المحترفون على حساب مصلحة المستهلك، وبالتالي منع الإضرار بالمستهلك فقد تقوم هذه الجمعيات بمواجهة فئة المحترفين بالقيام بإشهار مضاد ضد كل سلعة أو خدمة موجهة للمستهلك، فإذا كان الهدف من الإشهار المضاد هو وقائي لأنه يعمل على كشف حقيقة سلعة أو خدمة فإنه من جهة أخرى يعمل على دعوة المستهلكين إلى عدم اقتناء أو استعمال كل ما كان محل هذه الإعلانات، كما يمكن أن نتصور مثل هذا الأسلوب في المنتجات أو الخدمات التي تكون محل غش أو تدليس أو تعمد المحترفين إلى ذكر بعض المواصفات والتي لا تحتويها هذه السلعة أو الخدمة،[1] لذلك يمكن أن تقوم الجمعيات بإشهار مضاد ضد بعض الإعلانات التي يكون محلها خدمات، والتي تخفي على المستهلك الكثير عنها خاصة تلك التي تتعلق بخدمات الانترنيت وما تقوم به هذه الأخيرة من عقود بيع أو إيجارات أو توريدات للمعلومات، و فإذا ثبت لدى جمعيات حماية المستهلك أن هناك مخاطر حول استخدام هذه المعلومات أو في نسبة طرحها للجمهور، أو أن هناك تلاعب بالأسماء فيمكنها أن تقوم بإشهار مضاد حول هذه المواقع.[2]

وعليه فهذه مجمل الأساليب والوسائل التي يكمن لجمعيات حماية المستهلك أن تستعملها في سبيل الدفاع على المستهلك وحمايته من الإعلانات الكاذبة، وإن كان التشريع الجزائري يخلو من هذين الأسلوبين،فالقانون الجزائري لا يتضمن أي نص يجيز أو يمنع المقاطعة أو الإشهار المضاد سواء في قانون المنافسة أو قانون حماية المستهلك، الأمر الذي يتعين على المشرع أن يخول لهذه الجمعيات استعمال هذين الأسلوبين لأن تكون أكثر فعالية في مواجهة الإعلانات الكاذبة وحماية المستهلك.

المطلب الثاني: الجهات ذات العلاقة و دور مؤسسات الدولة المعنية بالتصدي للنصب الإعلاني

إن تحقيق حماية الفرد والمحافظة على ماله مرهون بدور الدولة ومالها من مؤسسات مختلفة، فهي تسعى جاهدة لمحاربة أي مساس بمصالحه، ومن أجل ذلك تطلب

---

4 - زبير أرزقي، المرجع السابق، الصفحة 217.

1 - شول بن شهرة ، حماية المستهلك في عقود التجارة الالكترونية،مجلة الواحات للبحوث و الدراسات،العدد الثالث 2008،الصفحة 222.

2 - زبير أرزقي، المرجع السابق، الصفحات 221و 222.

الأمر تظافر جهود بين عدة مؤسسات لتتعاون فيما بينها حتى يمكن تحقيق حماية أكثر للأفراد في الدولة، كما لا يمكن أن نتجاهل دور مهم ألا وهو دور الفرد في حدّ ذاته وهو كلما ارتقى الفرد بتفكيره وابتعد عن الطمع، كلما ابتعد عن السقوط في شباك المعلن المحتال، والعكس كلما انصاع وراء الكسب السريع كلما زادت حظوظه في السقوط في فخ الإعلانات التجارية الكاذبة، وعلى ذلك سنبين بداية لدور الشرطة في مجال التصدي للنصب الإعلاني(الفرع الأول)، ثم بيان دور بعض مؤسسات الدولة ذات الدور الأكثر بروزا كالمؤسسة الإعلامية القضائية والتشريعية(الفرع الثاني) .

الفرع الأول: دور الشرطة في التصدي للنصب الإعلاني

كانت الشرطة و ما زالت ركن أصيل من أركان الدولة تقوم عليها سيادتها في الداخل وهي بهذا المعنى تؤدي رسالة جلية و تنهض بتتبعات خطيرة ترتبط بأرواح الناس و أغراضهم وأموالهم و يتسع مجالها حتى يمتد لكل نواحي الحياة.[1]

فيمكن لأجهزة الشرطة أن تؤدي دورا بارزا في الوقاية من النصب الإعلاني استغلالا لما تقوم به من بحوث و تحريات للقضاء على مثل هذه الحالات في مهدها واستثمارا لانتشارها الإقليمي الواسع، و الاتصال الحتمي لها في مختلف القطاعات الجماهيرية في ظروف الإبلاغ بالجرائم أو تقديم مختلف الخدامات الشرطية، فيتجلى دور الشرطة في التصدي للنصب الإعلاني بعدة خطوات كالتالي [2]:

أولا:خلق جهاز لمكافحة و ضبط جريمة النصب في الإعلان

يمكن لهذا الجهاز من خلال ما يقوم به من متابعة الإعلانات التجارية المذاعة أو المنشورة و جمع التحريات اللازمة عنها ،أن يتحقق من صحة المعلومات و البيانات الواردة في هذه الإعلانات فإذا ما اثبت كذبها أو عدم صحتها تتخذ الإجراءات القانونية حيال من قام بها أو ساهم فيها ،و أيضا يتلقى هذا الجهاز الشكاوي المقدمة من جمهور المستهلكين أو المنافسين و جمعيات المستهلكين و يقوم بتقديمها ،فإذا ما ثبت صحة هذه الشكاوي اتخذت الإجراءات القانونية ضد مرتكب الإعلان الكاذب أو ساهم فيه.

كما يقوم هذا الجهاز بزيارة تفقدية لمختلف الشركات التي لها طبيعة عمل مكثف مع الجمهور، و ذلك لتتأكد من سلامة أوراقها و سجلاتها التجارية و هل تلك الشركات تقوم بتنفيذ ما هو متفق عليه مع العملاء أم أنها توهم الضحايا عن طريق الإعلانات الوهمية و تقوم بخداعهم حتى يقوموا بالتوقيع على الأوراق، و مع مرور الوقت يجدون

---

1 - أحمد أبو الروس، المرجع السابق، الصفحة 525.

2 - محمد الشناوي، المرجع السابق، الصفحات 224و 225.

ما سمعوه من الشركة و ما وعدتهم بـه يختلـف تمامـا عمـا تـم التوقيـع عليـه، كمـا تشـمل الرقابة التي تقوم بها أجهزة الشرطة أهمية خاصة في أوساط التي يكثر فيها بـؤر السـحر و الشعوذة، حيث ينشط المحتالون فيها، فكلمـا كـانت المراقبـة مسـتمرة و دقيقـة ومركـزة على أرباب السوابق والمشتبه في سلوكهم الإجرامي كلما استطاعت الشرطة من ضبطهم و القضاء عليهم.[1]

ثانيا:توعية جمهور المستهلكين و إعلامهم

يمكن لجهاز الشرطة أن يؤدي دوره فـي الوقايـة مـن حـالات النصـب الناشـئة عـن الإعلانات الكاذبة مـن خلال توعيـة جمهـور و تبصـيرهم بالحقـائق ، و كـذلك مـن خلال وسـائل الإعلام المختلفـة، إذ أن وعـي المسـتهلك لا يجعلـه فريسـة سـهلة تئـن فـي شـباك الإعلانات التجارية الكاذبة، و ليس أدل على ذلك من وعي المستهلك فـي الـدول الغربيـة إلى الحد الذي يجعلنا نري جمعيات حماية المستهلك في هذه الدول وهي تملك الحـق فـي تحريك الدعوى العموميـة ضـد جريمــة الإعلانـات الكاذبـة، وكـذلك يحـق لهـا المطالبـة بالتعويض على الأضرار التي تلحق بالجمهور المستهلكين بوصفها الممثل القانوني له، و ذلك استنادا إلى النصوص القانونية الـتي منحتهـا هـذه الصـفة ،فخطـورة هـذه الإعلانـات كون أنها تخاطب البسطاء الذين لا وعـي لهـم فهـي بمثابـة ابـتزاز لهـم مسـتغلة حاجـاتهم لكثير من الأشياء، فطبيعة إعلامهم بالمنتجات فيها مـن الغـش و التـدليس و إتبـاع سياسـة السم في العسل ،فتسبب ضرر بالغ للمواطنين دون علم لهم بأنهم تعرضوا لعمليـة نصـب علني، و من هنا يأتي دور جمعيات المستهلك بتوعية المستهلك و ليـس مجـرد التبـاهي و الظهور.[2]

ثالثا: الدعاية المضادة

حتى يستطيع جهاز الشرطة تحقيق وقاية كاملة يمكنه استخدام الدعاية المضادة عـن طريق نشر الحقائق التي تهم المستهلك ،و كذلك نشر القضايا المختلفـة الـتي يتـم ضـبطها مخالفة لقانون الدعاية التجارية من خلال الوسائل الإعلانية الواسعة الانتشـار ممـا يـؤدي إلى تحسيس جمهور المستهلكين بالإعلان الكاذب و تبيان أوجه التضليل فيه وأيضا نشـر الأحكام الصادرة في هذه القضايا عند صدورها لتحقيـق الـردع العـام و هـو احـد أهـداف العقوبة، و بذلك تضيق الخناق حول من تسول له نفسه إساءة تضليل الجمهـور بإعلانـات تجارية كاذبة سعيا وراء الربح غير المشروع، و كذلك يمكـن للشـرطة أن تـؤدي دورهـا في مجال مكافحة الإعلانات الكاذبة بتوجيه جهود المنتجين والتجار إلـى الاهتمـام بجـودة و تطوير السلع و الخدمات للوصول بها للوجه الأمثل، مما يـؤدي إلـى النمـو الاقتصـادي من خلال المنافسة التجارية المشروعة التي تحقق في النهاية مزايا أفضل للمستهلك ،بدلا

---

1 - أحمد أبو الروس، المرجع السابق، الصفحة 527.

2 - WWW. Blog .Saeeed. Com

من تحديد هذه الجهود في ابداع الوسائل التي توقع جمهور المستهلكين في اللبس و الخطأ.[1]

إلا أن جهاز الشرطة لا يستطيع وحده التصدي للنصب الناشئ عن الإعلانات التجارية المزيفة أو الحد من خطورتها ما لم يتم التنسيق بينه و بين بعض مؤسسات الدولة لما لهذه المؤسسات من دور فاعل في توجيه السلوك الإنساني متى قامت بدورها المنوط بها.

الفرع الثاني: دور المؤسسات التشريعية، القضائية و الإعلامية في التصدي للنصب الإعلاني

بداية سنتطرق لدور المؤسسة التشريعية في التصدي للنصب الإعلاني (أولا) ثم لدور المؤسسة القضائية (ثانيا) ، وبعدها لدور المؤسسة الإعلامية(ثالثا).

أولا: دور المؤسسة التشريعية في التصدي للنصب الإعلاني

للمؤسسة التشريعية أهمية في تنظيم الحياة الاجتماعية للأفراد بما يحقق إشباع حاجاتهم بطرق مشروعة و في كافة المجالات، و في إطار التشريع الجنائي فان المصالح التي تستهدف المشرع وضع أقصى درجات الحماية لها فانه يجرم الأفعال والنشاطات التي تمس هذه المصالح ، و يقرر العقوبات اللازمة لها و من دون شك فان القاعدة الجنائية العقابية أهمية غير عادية في تحقيق الوقاية من خلال تجريم السلوك المخالف للقانون و تقرير العقوبات الجنائية له، فالنص الجنائي كقاعدة قانونية يمارس دورين يحققان الردع العام و الردع الخاص و تحقيق العدالة، فالردع العام ينصرف إلى كل من يحاول القدوم على ارتكاب الجريمة فيتذكر العقاب و يتردد و يحجم عن ارتكابها فيكون النص وسيلة مجدية في مكافحتها، أما الردع الخاص فينصرف إلى الجاني ليتكفل بمعالجته بعقوبة تتضمن إصلاحه و تأهيله و أن يغرس في ذاته بناء سليم مما يحقق مكافحة لهذه الجرائم.[2] و لما كان للتشريع دور في الوقاية من جريمة النصب بصفة عامة و النصب الإعلاني بصفة خاصة، فان النص القانوني لا يحقق الردع الكافي ما لم يكن يتناسب مع خطورة الفعل المرتكب، و بالرجوع إلى المادة 372 من قانون العقوبات الجزائري المطبقة على النصب الإعلاني ،و التي نصت على الحبس من سنة على الأقل إلى خمس سنوات على الأكثر و الغرامة من 20.000 الى 100.000 دينار ،المشرع أصدر هذا التشريع في وقت كان فيه النصب تقليدي وبدائي و كان الضحية في كثير من الأحيان لا يتعدى شخص معين بذاته، لكن مع تطور الزمن تطورت الجريمة و كثر

---

1 - يتعين على المحترف في إطار إعلام المستهلك التزام سلبي مفاده عدم خداع و تضليل المستهلك،انظر في هذا المعني:محمد الشناوي، المرجع السالف الذكر، الصفحة 225، انظر كذلك

.MURIEL Fabre- Magnan ,De l'obligation d'information dans les contrats ,L.G.D.J, Paris 1992 .p42-

2 - الفريق الطاهر جليل الحبوش، المرجع السابق، الصفحات 124و 125.

عدد الضحايا ليتعداه إلى جمهور المستهلكين وهو ما يتعين على المشرع أخذه بعين الاعتبار من خلال رفع مقدار الغرامة، لأن الدور المنوط بالمشرع ليس مجرد تكريس الحاضر فقط بل استشراف آفاق المستقبل.

ثانيا : دور المؤسسة القضائية في التصدي للنصب الإعلاني (المعنية بالبحث والتحري)

يكمن دور المؤسسة القضائية في التصدي للنصب الإعلاني من خلال تسخير جهات مهمتها البحث و التحري عن المخالفات التي تشكل ضررا للمستهلك (المعلن إليه) وهي في سبيل ذلك تقوم بمراقبة مدى تطابق السلع و الخدمات التي تكون محل للإعلانات مع المتطلبات المميزة الخاصة بها ، فتحدث قانون 04/02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية عن الإشهار المضلل و اعتبره ممارسة تجارية غير نزيهة في الفصل الرابع من الباب الثالث وأوكل مهمة بحث ومعاينة هذه المخالفة إلى الجهات المذكورة في المادة 49 من القانون السالف الذكر وهم كالأتي:

ـ ضباط و أعوان الشرطة القضائية المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية.[1]

ـ المستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة.

ـ الأعوان المعينون التابعون لمصالح الإدارة الجبائية.

ـ أعوان الإدارة المكلفة بالتجارة المرتبون في الصنف 14 علي الأقل المعينون لهذا الغرض.

---

1 - تنص المادة 15 من ق ا ج علي ما يلي: »يتمتع بصفة ضابط الشرطة القضائية

1-رؤساء المجالس الشعبية البلدية

2-ضباط الدرك الوطني

3-محافظو الشرطة

4-ضباط الشرطة

5- ذوو الرتب في الدرك ،ورجال الدرك الذين امضوا في سلك الدرك ثلاث سنوات علي الأقل و الذين تم تعيينهم بموجب قرار مشترك صادر عن وزير العدل ووزير الدفاع ،بعد موافقة لجنة خاصة.

6- مفتشو الأمن الوطني الذين قضوا في خدمتهم بهذه الصفة ثلاث سنوات علي الأقل و عينوا بموجب قرار مشترك صادر عن وزير العدل ووزير الداخلية و الجماعات المحلية بعد موافقة لجنة خاصة.

7- ضباط وضباط الصف التابعين للمصالح العسكرية للأمن الذين تم تعيينهم خصيصا بموجب قرار مشترك صادر عن وزير الدفاع الوطني ووزير العدل.

- يحدد تكوين اللجنة المنصوص عليها في هذه المادة وتسيرها بموجب مرسوم.

واعتبرت المادة 60من القانون نفسه أن متابعة المخالفات تكون من اختصاص الجهات القضائية ،غير انه إذا كانت المخالفة المسجلة في حدود غرامة تفوق ثلاثة ملايين دينار(3.000.000)- و هي الغرامة المترتبة في حالة القيام بإشهار تضليلي – فان المحضر المعد من طرف الموظفين المؤهلين يرسل مباشرة من طرف المدير ألولائي المكلف بالتجارة إلي وكيل الجمهورية المختص إقليميا قصد المتبعات القضائية كما يمكن لممثل الوزير المكلف بالتجارة المؤهل قانونا حتى ولو لم تكن الإدارة المكلفة بالتجارة طرفا في الدعوى، أن يقدم أمام الجهات القضائية المعنية طلبات كتابية أو شفوية في إطار المتابعة القضائية الناشئة عن مخالفة تطبيق أحكام هذا القانون.[1]

كما يمكن لجمعيات حماية المستهلك، و الجمعيات المهنية القيام برفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون اقتصادي متى قام بإشهار تضليلي.[2]

ولعل الجهة المختصة أيضا للتحري و البحث عن هذه المخالفات هم أعوان قمع الغش التابعون للوزارة المكلفة بحماية المستهلك المنصوص عليهم بموجب المادة 25 من القانون 09/03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، إلا أن هذا الأخير لم ينص صراحة عن الإشهار ولم يتطرق إليه بالرغم من انه المعني بالدرجة الأولى، وإنما ركز على قمع الغش في المواد الغذائية، حيث اعتبر الإعلان ظرف تشديد لجريمة خداع المستهلك حسب نص المادة 68، وبما أن المستهلك هو موضوع الحماية بغض النظر عن أن السلعة رافقها إعلان أم لا، فيمكن لأعوان قمع الغش التحري والبحث وفي حالة تسجيل مخالفات يتم تحرير محاضر و إحالتها إلى وكيل الجمهورية.[3]

و أوكل قانون الاستهلاك الفرنسي مهمة البحث و معاينة جريمة الإعلان الخادع إلى ثلاث جهات هي :- المديرية العامة للمنافسة و الاستهلاك و قمع الغش.- المديرية العامة للتغذية لدى وزارة الفلاحة. - مصلحة التسيير لدى وزارة الصناعة.

و خول القانون لموظفي هذه الجهات أن يطلبوا من المعلن أن يضع في متناولهم جميع العناصر المكونة للمزاعم و البيانات أو العروض الإعلانية،و هكذا قلب القانون عبء الإثبات في العلاقة بين المعلن و الجهات الإدارية السابقة وجعله على عاتق المعلن بوصفه الأقدر على تحصيل الدليل ،و إثبات ما يدل على صحة إعلانه ، أو على الأقل أن يثبت انه اتخذ جميع الاحتياطات لتجنب غش و خداع الجمهور غير أن ذلك لا يعفي الجهات الإدارية السابقة الذكر أو جهة الاتهام من عبء إثبات أركان الجريمة وفقا

---

1 - المادة 63 من القانون 04/02، المرجع السابق، الصفحة 11.

2 - المادة 65 من القانون 04/02، المرجع السابق، الصفحة 11.

3 - المادة 44،من القانون 09/03،المرجع السابق ،الصفحة 18.

للقواعد العامة .و يقوم أعوان الجهات الإدارية السابقة بإعداد محضر يرسلونه إلى وكيل الجمهورية للمحكمة المختصة ،الذي يبقى قاضي ملائمة المتابعة.[1]

و صفوة القول انه إذا تعززت التهمة بحق المتهم من خلال الأدلة التي تحصلت ضده و اقتنعت المحكمة بصحتها و سلامتها وتمت محاكمة عادلة، كان الحكم خير أسلوب قانوني ردعي لمكافحة جريمة النصب الإعلاني.

ثالثا :دور المؤسسة الإعلامية في التصدي للنصب الإعلاني

للإعلام دور مهم وأساسي في عملية تقويم سلوك الأفراد ووقايتهم من الانحراف بمختلف وسائلها المرئية و المسموعة، و المقروءة من صحافة و دوريات أدبية و ثقافية حيث ينهض برسالة أساسية و تربوية، في إشاعة القيم السليمة و في تبصير الأفراد بمخاطر الجريمة و السقوط في براثنها، و الابتعاد عن السلوك المنحرف و إتباع الطرق الاحتيالية الملتوية و الحث على التعامل الذي تسوده الثقة، و حسن النية والوفاء بالالتزامات التعاقدية، و يتم ذلك من خلال عقد اللقاءات و الندوات مع المختصين ونشر التقارير التي توضح الطرق الاحتيالية لتجنب الوقوع فيها، مع أهمية عرض نماذج من المحتالين و إيضاح أساليبهم الخداعية، والمجالات التي ينشط فيها.[2]

إلا أن الإعلام بوصفه الحالي يمثل خطورة تهدد المبادئ و القيم و الأخلاق، ومن ثم انتشار الجريمة و تفشيها، و يبرز ذلك جليا في الكم الهائل من الرسائل الإعلانية[3] التي لا تقيم للفضيلة وزنا و لا تعير للأخلاق قيمة، فوسائل الإعلام فيما تعد دليلا على خطورتها تسهم بقسط وافر في الاحتيال والنصب من خلال ما يسمى بالمسابقات الوهمية التي أصبحت تطل علينا صباحا ومساء عبر شاشات التلفزيون والإذاعة، حيث اتضح أن أغلبية المسابقات وهمية ولا تمت إلى الذكاء بصلة، والهدف من ورائها الاستيلاء على أموال الناس، فهي نوع من النصب لأنها تقوم على الكذب والتدليس والخداع لتحقيق مكاسب مادية، فالبعض يرى بأن هذه المسابقات إهدار للمال العام واستنزاف لدخل الأسرة للاشتراك في المسابقات التلفزيونية، فهي تحمل في طياتها الغش والتدليس لما تحتويه من خروج عن شروط أو شرعية تقديم المادة العلمية، لذلك وجب عرض عقوبات وسن قانون للقضاء على هذه الظاهرة التي انتشرت في الآونة الأخيرة، لأنها تقدم وقائع مزيفة على أنها حقيقية، فتقدم مادة علمية ساذجة في صورة أسئلة تافهة لا

---

1 - محمد بودالي ، المرجع السابق الذكر،الصفحة 182.

2 - الفريق الطاهر جليل الحبوش، المرجع السابق، الصفحة 123.

3 - المستهلك يتعرض في اليوم الواحد لمئات الرسائل الإعلانية وقليل منها تلك التي يبدي لها اهتمام، للتفصيل أكثر حول هذه الرسائل انظر:

LENDREVIE Jacques ,BERNARD Blaise, le nouveau publicitor,5éme édition, Dalloz, Paris, 2001 - ..p277-278

تنمي ذكاء أو ترقى بفكر، و المشكلة أن هذه المؤسسات التي تقدم هذه الخدمات غير مراقبة من أي جهة.[1]

ولذلك نقول بأن هناك جهدا ينبغي بذله قصد تقوية الشعور بالمسؤولية لدى الإعلاميين بصفة عامة والمتصلين بعملية الإعلان بصفة خاصة، فيلتزم على أصحاب مهنة الإعلان ضرورة تحري الصدق في الإعلان واتفاقه مع الحقيقة، إدراكا لأهمية عدم تغيير الواقع أو إحداث الخلط والزيف ولو بطريق الترك، وهذا ما جاء في ميثاق الشرف الصحفي المصري حيث نص على جملة من الضوابط من بينها عدم نشر إعلانات من شأنها تسهيل الاستيلاء على أموال المواطنين مثل الإعلان عن توظيف الأموال، كما يجب عدم نشر إعلانات عن المشروعات الإسكانية والعقارية وغيرها من المشروعات، وكذلك مؤسسات توظيف العمالة في الداخل أو الخارج إلا بعد الإشارة على موافقات وتراخيص الجهات الرسمية المعنية.[2]

ومن مبادئ أيضا مشروع قانون الإشهار لسنة 1999، حماية المستهلك من الإشهارات الكاذبة والإشهارات التي يمكن أن تلحق ضرر به، لذا يستلزم الأمر إخضاع بعض الإشهارات إلى تراخيص مسبقة للتأكد من صحة و فعالية المواد المشهر فيها.[3]

فلما كانت أساليب هذه الجريمة في تطور مستمر وأن مرتكبيها على درجة عالية من الذكاء، فقد أدى بهم الأمر إلى اتخاذ وسائل الإعلام سبيلا للنشر عن مشروعات وهمية، فتسارع المواطنون لتقديم أموالهم بغية استثمارها عن طريق هذه المشروعات ثم تبين أنهم ضحية نصب. ومن ثم يستلزم وجود تنسيق تام بين أجهزة الإعلام وجهاز الشرطة بحيث لا يتم الإعلان عن هذه المشروعات إلا بعد التأكد من وجودها الحقيقي ومن قانونيتها،[4] هذا حتى يكون للإعلام دور ايجابي في الوقاية والتصدي للنصب الإعلاني وليس وسيلة لانتشار الجريمة وتفشيها.

وفي الأخير بقي أن نذكر بعض أنماط النصب عن طريق الإعلانات التجارية والمرتكبة من طرف بعض المؤسسات والشركات التجارية وهي كالتالي:

الحالة الأولى: النصب من خلال الإعلان عن مشروعات صاحبة الامتياز

في هذه الحالة قد يتوافق شخص ما أو شركة من الشركات مقابل مساهمة مالية ما على أن يقوم بتسويق بعض المنتجات أو أداء خدمة ما في قطاع معين، وهناك منظمات

---

1 - محمد الشناوي، المرجع السابق، الصفحة 265.

2 - HTTP: //WWW.esgmarkts. Com

3 - HTTP: // itfctk. Ahlamontada. Net

4 - أحمد أبو الروس، المرجع السابق، الصفحة 530.

عديدة من هذا النوع لها كيانها القانوني والمشروع، مثال ذلك محلات الأكل الخفيفة المسماة wimpy، ولكن هناك في الوقت نفسه مشروعات عديدة تقوم على أسس زائفة، وعند مولد مشروع من هذه المشاريع الاحتيالية فإنه عادة ما يطلق عليه اسم فخم يوحي بصفة دولية ويدعي شخصيات ذات مكانة عالية للانضمام إلى مجلس الإدارة كنوع من الرعاية الإعلامية، كما ينشر في الجرائد صفحات إعلانية بكاملها يؤكد مدى الضمان الذي يتمتع به المشروع، ومدى الفرص الفريدة التي يوفرها للمستثمرين حتى يحققوا ربحا سريعا ويكفي هؤلاء أن يلبوا الدعوة إلى لقاء في فندق فاخر من فنادق الدرجة الأولى أو أحد المطاعم الكبرى حتى يعاملوا معاملة ملوك الأمراء، حتى يتم إقناعهم بضرورة جمع رأس المال اللازم لقيام المشروع، ويتم عنصر الإغواء والإغراء هنا في الوعد بنصب وافر من الربح، وكذلك الانطباع الذي يخلفه جو الفخامة على الاجتماع وأحلام الثراء المحتمل التي تراودهم، ولا يشكل كل هذا في حقيقة الأمر سوى سراب حتى ولو كان لذلك الشيء المباع أو المعروض أية قيمة فهي واهية ولا عائد من ورائها على الإطلاق، لينتهي بعد ذلك كل شيء عندما يذوب المشروع الذي قدم الامتياز المزعوم، وبعد أن يكون عائداته وما يحققه من سيولة نقدية قد أودعت بعيدا وفي مكان مأمون ويجد المنتفعون من مشروع الامتياز أنفسهم فقدوا أموالهم وصاروا فقراء ولم يبقى لهم سوى الأمل في أن يكونوا أكثر تعقلا وحكمة في المرات القادمة.[1]

الحالة الثانية: النصب من خلال الإعلان عن بيع العقارات

يتمثل نشاط النصّابين في هذا النوع من الاحتيال بإغراء الناس عن طريق نشر إعلانات في الصحف اليومية يعلن فيها عن بيع أراضي أو قصور أو أماكن سياحية بأثمان مغرية، وتحظى هذه العقارات بعناية بالغة بحيث تكفل جذب الرجل العادي سواء كانت هذه العقارات داخل الدولة أو خارجها، ففي الإعلان المتضمن بيع العقارات في الخارج معظمها يكون الإعلان منصب على مناطق أمريكا الوسطى والجنوبية وكذا الولايات المتحدة الأمريكية، كما يكثر نشر هذه الإعلانات في المناطق السياحية الدولية وقد يستعملون إلى جانب الإعلانات رسائل يقومون بإرسالها عن طريق البريد للمشترين المحتملين، وغالبا ما تتضمن هذه الإعلانات تفاصيل دقيقة عن العقار كصورة مزورة من سجلات دائرة الشهر العقاري، وتقارير الخبراء غير الحقيقية عن المناخ، ومزايا العقار الجمالية، وقد يكتفي المشترون بالإطلاع على هذه الإعلانات والصور الفوتوغرافية عنها، وبعد أن يغرر بهم ويقومون بدفع أثمانها أو جزء منها يكتشفون بأنهم ضحايا هذه الإعلانات حيث لا وجود لهذه العقارات و أنها وهمية أو أنها موجودة فعلا ولكن ليس لهم ملكيتها كما ليس لهم حق التصرف فيها.

---

1 - مايكل بوت، الوسائل الاحتيالية، مجلة القضاء العربية، تصدرها الأمانة العامة لمجلس وزراء العدل العرب، العدد الأول، السنة الأولى، ابريل 1984،الصفحة 387.

وعند هذا الكشف للحقيقة يتبين أن المحتالون قد غادروا الدولة إلى دول أخرى لممارسة وسائلهم الخداعية.[2]

الحالة الثالثة: النصب من خلال الإعلان عن مناصب عمل

هي الإعلانات التي تقوم بها بعض الشركات أو مكاتب تشغيل العمالة، والتي يعلن فيها عن توفير فرص عمل، ويتم كتابة الإعلان بأسلوب مثير للانتباه يغري أي شاب من ناحية العائد المادي، وفي ظل عدم وجود شروط صعبة للالتحاق بهذا العمل فقط الطموح.[2]

و لراغبي العمل في الخارج هناك إعلانات عن توفير مناصب شغل بالخارج والدور الذي يمارسه المحتال هنا هو النشر في الصحف والمجلات وتخصيص مواقع على الانترنيت لتوفير فرص عمل في بلدان متقدمة تتوج بعقد لقاءات مباشرة مع ضحايا هذه الإعلانات، إما في أماكن تواجدهم في الفنادق أو الشوارع مدعين بأنهم أصحاب مكاتب تشغيل العمالة أو وسطاء التشغيل ويدعمون أكاذيبهم بإظهار بطاقات مزيفة لمكاتبهم وأماكن وجودها، بوعدهم للمجني عليهم بتوفير فرص عمل مغرية في تلك الدول، وتتم هذه العملية الاحتيالية باستلام المحتال مبالغ مالية من ضحاياه، وأبرز الوقائع الاحتيالية التي ظهرت على الساحة الجنائية هي ما تم تنفيذه ويتم في الوقت الراهن في دول الخليج العربي منذ أواسط السبعينيات من القرن الماضي والتي شهدت ازدهارا اقتصاديا ونموا تجاريا وصناعيا، وقد بلغ هذا الاحتيال ذروته في الدول الغربية ما بين 1965/1966 بسبب وضعها الاقتصادي الجيد وحاجتها إلى الأيدي العاملة في العديد من الميادين.[3]

الحالة الرابعة : النصب من خلال الإعلان عن الخدمات التي تقدمها البنوك

يمارس هذا الاحتيال، اعتمادا على الوسائل و الإجراءات المصرفية في الدفع ،ويتخذ أشكالا عديدة منها استخدام المصارف كغطاء وواجهة لتمرير الوسائل الخداعية، وهو أخطرها، و أكثرها انتشارا سيما أن التعامل المصرفي يقوم على ما يبعثه في النفوس من ثقة و اطمئنان ،خاصة وان المؤسسين يتخذون أبنية فخمة ومرموقة في المراكز التجارية.

ويمارس الاحتيال في هذا المجال ،من خلال قيام البنك بإصدار حسابات و دفاتر شيكات و مطبوعات تحمل اسمه. بالإضافة إلى كل أنواع الوثائق و المستندات المعمول بها في النشاط المصرفي ،وكذلك يقوم بعدها بحملات دعائية و إعلامية لاستقطاب

---

[2] - الفريق الطاهر جليل الحبوش، المرجع السابق، الصفحة 98.

[2] - محمد الشناوي، المرجع السابق، الصفحة 172.

[3] - الفريق الطاهر جليل الحبوش، المرجع السابق، الصفحة 94.

الجمهور،على المساهمة في أعماله و الاكتتاب فيه بقيمة أسهم معينة،للمشاركة في اقتسام الأرباح و استثمار الأموال ثم يقوم بعدها المحتالون بتهريب هذه الأموال المساهم بها و الإيداعات إلى وكالات صغيرة و عديدة منتشرة في أنحاء العالم ،ولكن خاتمتها تودع في الحسابات المصرفية الخاصة بالمحتالين.[1]

الخاتمة

تناولت الدراسة موضوع من أخطر المواضيع في العصر الحالي، ألا وهو النصب في الإعلان، حيث أصبحت الإعلانات التجارية وما تحمله من سمات النصب ظاهرة منتشرة خصوصا مع تقدم وسائل الاتصال والتكنولوجيا الحديثة من تلفزيون وانترنيت...الخ، فأضحت تشكل خطر يهدد الفرد في كل الاتجاهات أينما ذهب.

فمن خلال هذه الخاتمة سنحاول اختصار أهم ما جاء في الدراسة والنتائج والتوصيات التي توصلنا إليها بغية الحد من خطورة الإعلانات وما تحمله من كذب وخداع .

و منه قد كشفت الدراسة عدة نتائج أهمها كالتالي:

- إن الإعلان التجاري أحد آليات التسويق الفعال، و بدونه لا يصبح للسلعة مكان في السوق، فذهب المثل القائل أن السلعة الجيدة تتحدث عن نفسها، فهو مصدر الربح للمنتج والبائع، وفي نفس الوقت وسيلة لإعلام المستهلك وإحاطته بما يحتويه السوق من منتجات، فهو يشكل نوع من الرضا النفسي لدى جمهور المستهلكين.

- من أجل أن يحقق الإعلان الدور المرجو منه، فلابد من أطراف يكون لها كل الفضل في إعداد هذه الرسالة و توجيهها إلى المستهلك.

- فضلا عن الجانب الايجابي للإعلان هناك الجانب سلبي له، و ذلك عندما يتحول من مجرد الإعلان عن المنتجات و الخدمات إلى إعلان هدفه النصب على الناس و أكل أموالهم بالباطل.

---

[1] -الفريق الطاهر جليل الحبوش، نفس المرجع، الصفحة 108.

- وحتى يشكل الإعلان نصبا لابد من أن يكون محله عملية وهمية، وضرورة توافر أركان جريمة النصب، كما هي مبينة في نص المادة 372من قانون العقوبات الجزائري، فضلا عن ذلك حتى تتم مساءلة المعلن لابد أن يأتي وسيلة من وسائل التدليس المبينة على سبيل الحصر في النص الجنائي، و أن تتجه إرادته إلى سلب كل أو بعض ثروة المجني عليه.

- قيام المعلن بإعلانات كاذبة على هذا النحو يفسر أنه لا يسعى فقط إلى التعريف بخدمة أو منتج على نحو كاذب، و إنما يسعى أيضا من خلال إعلانه الكاذب إلى سلب مال الغير دون مقابل، كالإعلان عن اكتتاب عام أو خاص لتأسيس شركة ما بقصد دفع الجمهور للمشاركة في هذا الاكتتاب الوهمي، فتلجأ هذه الشركات عادة لوضع بيانات ومعلومات كاذبة و التي تشكل مناورات احتيالية إذا ما استعملتها الشركة من أجل التوصل لتحقيق الأهداف التي حددها المشرع الجزائري في المادة 372 من قانون العقوبات الجزائري، ومن بين هذه الأكاذيب نجد الكذب في بيانات الشركة وإظهارها بمركز مالي أقوى، من أجل خداع الغير أو دائني الشركة أو جمهور المكتتبين والاحتيال عليهم، بهدف الحصول على اكتتاب أو دفعات جديدة.

- يمكن تعريف النصب الإعلاني على انه:" الاستيلاء على مال الغير بالخداع و الحيلة من خلال إعلانات مزيفة".

- وعلى اعتبار أن الإعلان أصبح ضرورة تتطلبها اقتصاديات السوق ، وواقعا لا يمكن تجاهله، إلا أنه لم يحظى من المشرع الجزائري بأي تنظيم مثلما فعل نظيره الفرنسي، واكتفى فقط بتبني مدونة القواعد الدولية المرعية في مجال الإعلان، و التي لم تعد كافية لمواجهة الإعلانات المزيفة، وكأن المشرع الجزائري لم يتصور إلا الجانب الايجابي للإعلان.

- ضف إلى ذلك أن أكثر ضحايا الإعلانات وهم المستهلكون عادة ما يندفعون وراء السيل الجارف من الإعلانات المزيفة، بهدف الطمع أو الثراء السريع أو نتيجة إهمال وكسل .

- تكاد التشريعات العربية الحديثة الخاصة سواء بالإعلانات التجارية أو بجريمة النصب نقل حرفي عن النص الجنائي الفرنسي.

- إن تحديد المسؤول بصفة أصلية عن الإعلان الكاذب بالدرجة الأولى هو المعلن وكشفت الدراسة أن التشريع الفرنسي بصدد تقرير مسؤولية المعلن اعتمد على معيار خرج به عن نطاق القواعد العامة، وهو من نشر الإعلان لحسابه، ويفسر الفقه عبارة من نشر الإعلان لحسابه إلى المستفيد من الإعلان، وفي الجزائر وأمام عدم وجود نص خاص بالإعلان فتطبيق القواعد العامة في المساهمة الجنائية، يؤدي إلى التوسيع في مدلول الفاعل الأصلي ومفهوم الشريك، كما أن قيد الشكوى الوارد في قانون العقوبات و المعمول به في جريمة الاحتيال لا يستحسن العمل به بالنسبة للاحتيال الإعلاني كون أن النصب الإعلاني لا يتعلق بشخص أو فئة ما ،و إنما يتعلق أو يستهدف المجتمع بأسره.

ـ شـدّد التشـريع الفرنسـي مسـؤولية وكالـة الإعلان وأدوات الإعلان باعتبارهـا مهنـي محترف له مـن الوسـائل مـا يمكّنـه مـن التأكـد مـن صـحة الإعلان مـن عـدمه.بينمـا فـي الجزائر لا نرى أي تشديد لمسؤولية هذه الجهات و هذا راجع لعـدم وجـود قـانون خـاص بالإشهار.

ـ ومن أجل التصدي للنصب الإعلاني لابد من تظافر جهود بعـض الهيئـات والمؤسسـات إلـى جـانب الشـرطة، وبعـض هـذه المؤسسـات منهـا المؤسسـات التشـريعية،القضـائية والإعلامية، ولجمعيـة حمايـة المسـتهلك دور فـي التصـدي للنصـب الإعلانـي مـن خلال التحسيس والإعلام وليس مجرد التباهي والظهور فقط.

ومن خلال هذه النتائـج فـإن الملاحظـة الجـديرة بالـذكر هـي أن تطـبيق المـادة 372 مـن قانون العقوبات على النصب الإعلاني لا يحقق المطلوب منه لعدة أسباب نجملها كالتالي:

1- أن نـص المـادة 372 مـن قـانون العقوبـات لا يمـد بصـلة للاحتيـال الإعلانـي فكلهـا مصطلحات لا نلمس فيها أي إشارة للنصب الإعلاني و هي ليست بالمادة الـتي يمكـن أن نقول عنها تشمل الاحتيال الإعلاني في حلته الجديدة.

2- إن معالجة المشرع للمادة السّالفة الذّكر لم يعد يواكب التطورات الحالية التي تشهدها البلاد وما ينجر عنها من التفنن لأسلوب الجريمة، فأورد النص الجنـائي عقوبـات متمثلـة في الحبس من سنة على الأقل إلى خمس سـنوات علـى الأكـثر، وبغرامـة مـن 20.000 دج إلى 100.000 دج في الظروف العادية، أمّا في حالة الظروف المشـددة فـإنه قـال:" قد تصل مدة الحبس إلى عشر 10 سنوات والغرامة إلى 400.000 دج هـذا فـي حالـة" إذا وقعت الجنحة من شخص لجأ إلى الجمـهور بقصد إصدار أسهم أو سندات ...".

فالمشرع الجزائري حدّد عقوبة جريمة النصب سواء في الحالة العادية أو فـي حالـة الظروف المشددة بعقوبة لا تتناسب مع طبيعة وحجم الجريمة، بحيث نجده قد ركـز علـى عقوبة الحبس مع انخفاض قيمة الغرامة المالية، لأن ما يستفيد منه المحتال جراء ارتكاب جنحـة النصـب قـد لا يقـارن مـع الغرامـة المفروضـة عليـه، خصوصـا إذا كـان مرتكـب الجريمة شركات مهمتها النصب على النـاس مـن خلال لجوئهـا لإعلانـات كاذبـة، الأمـر الذي على أساسه يجب رفع قيمة الغرامة وجعلها تتناسـب مـع خطـورة الجريمـة كـإجراء نوع من الردع لهذه الشركات ولمثيلتها.

3- كما أنه حتى وإن فرضنا أن المشرع رفع مقدار الغرامة إلى الحـد المطلـوب ونـص على عقوبة الحبس، إلا أن هذه العقوبة لا تتناسب وطبيعة المصـلحة المقصـودة بالحمايـة من الخداع الإعلاني، ولا تكفل حماية لجمهور المستهلكين، فضـلا عـن أنهـا بـذاتها غيـر مؤثرة، فأحكام الحبس نادرة في العمـل بالنسـبة للمهنيين عمومـا والمعلـن بصـفة خاصـة والغرامـة بـدورها جـزاء غيـر فعـال لمواجهـة الرسـائل الإعلانيـة الكاذبـة، فهـي ضـئيلة الأهمية مقارنة بالأرباح الباهظة التي يحققهـا المعلـن مـن وراء إعلانـاته الكاذبـة، ولـذلك فالمشرع الفرنسـي اسـتحدث عقوبـات أكـثر ردعـا للمعلـن المحتـال متمثلـة فـي عقوبـات تكميليـة هـي وقـف الإعلان الكـاذب، نشـر إعلان تصـحيحي ونشـر حكـم الإدانـة، وهـي عقوبات أثبتت فعاليتها في مواجهة المعلن إلى جانب عقوبة الحبس والغرامة.

وبتطبيق هذه العقوبات على؟؟ الإعلانات الكاذبة في الجزائر، أمام عدم وجود نص قانوني يجرم هذه الأخيرة ، ونظرا للقاعدة الجنائية أن النص الجنائي لا يقاس عليه ولا يتوسع في تفسيره، ومنه فليس للمحكمة أن تحكم بعقوبة أخرى فلا جريمة ولا عقوبة إلا بنص خاص، وليس للقاضي سلطة تقديرية إلا فيما يتعلق بالحد الأدنى والحد الأقصى للعقوبة المنصوص عليها في القانون، وبالتالي لا يمكن للقاضي الجنائي في الجزائر أن يصدر حكما بوقف الإعلان المزيف وليس له أن يأمر بنشر إعلان تصحيحي أو أن يأمر بنشر حكم الإدانة الخاص بالإعلان الكاذب.الأمر الذي نأمل أن يأخذه المشرع بعين الاعتبار مستقبلا.

4- و إذا أردنا إجراء مقارنة بين نص المادة 372 من قانون العقوبات ونصوص قانون الاستهلاك سواء قانون 09/03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، أو قانون 04/02 المتعلق بالقواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية ، نجد أن قانون حماية المستهلك و قمع الغش لا يتضمن أي نص يجرم هذا النوع من الاعتداء ويعاقب عليه إلا إذا تم استعمال الإعلان كوسيلة للخداع ،أما قانون 04/02 فقد اعتبر هذا القانون الإعلان المزيف ممارسة تجارية غير نزيهة و عاقب عليها بغرامة تتراوح بين 50000 و 5000.000 دج و ذلك بموجب المادة 38 ، و يبدو واضحا حجم الغرامة المقررة لهذه الجريمة مقارنة بقانون العقوبات، و على كل حال تبقي العقوبات المقررة في نص المادة 372 صالحة مع ما يثيره ذلك من تعدد أوصاف الفعل الواحد.

وخلاصة القول أنه لا زال هناك قصور تشريعي، وأن نص المادة 372 من قانون العقوبات لم يعد يواكب التطورات والتحولات الاقتصادية الحالية، فالعقوبة المنصوص عليها بموجب هذا النص لم تعد تحقق الردع الكافي للمعلن الجاني، ولذلك وجب سد هذا الفراغ القانوني بما يتناسب مع هذه التطورات، بالنص على قوانين تحد من نشاط المعلن المحتال وتضمن في نفس الوقت حماية فعالة لجمهور المستهلكين ولمتلقي الرسالة الإعلانية بصفة عامة.

ومن خلال هذه الدراسة المتواضعة لموضوع النصب في الإعلان نستنتج بعض التوصيات التي يمكن من خلالها أن نقدم حلول لمواجهة حالات النصب الناشئة عن الإعلانات الكاذبة أو التقليل منها على الأقل:

1- بما أن الإعلان أضحى واقعا لا يمكن تجاهله أو إغفاله، فنهيب بالمشرع الجزائري الإسراع بالتدخل لتنظيم هذا الميدان الحيوي، وما يترتب على سوء استخدامه من خطورة تمس المستهلك بالدرجة الأولى، والاقتصاد الوطني بالدرجة الثانية.

2- تفعيل الرقابة على الإعلانات وإنشاء أجهزة مهمتها مراقبة الإعلانات، كما فعل المشرع الفرنسي من خلال إنشائه لمكتب فحص الإعلانات.

3- يجب استصدار جهة رقابية تشرف على المشاريع الاقتصادية الكبرى منها والصغرى، للتأكد من مصداقيتها ومصداقية أصحابها من أن يخلق آثار على الاقتصاد الوطني كما يجب تدخل القانون الجنائي لضبط سلوك الشركات المسيء للاقتصاد الوطني .

4- ومن جهة أخرى يجب أن لا يتم الإعلان عن أي مشروع في وسائل الإعلان مهما كانت أهميته، إلا بعد التأكد من وجوده الحقيقي ومن قانونيته، وهذا حتى يكون لأجهزة الإعلان دور ايجابي في مكافحة النصب الإعلاني وليس دور ايجابي في تفشيه.

5- قبل عرض أي إعلان يجب الحصول على قرار من الشركة المعلنة، تثبت فيه مزاياه والتأكد من وجود مقر دائم للشركة، لأن هناك كثير من السلع الوهمية التي تباع للمستهلك وعند الرجوع إلى المعلن نجده قد اختفى بعد أن باع بضاعته وهرب إلى مكان آخر، فيجب أن تكون متوفرة هذه البيانات وعند امتناع الشركة عن تقديمها فعلى الجهة المعلنة أن تمتنع عن عرض الإعلان أو نشره.

6- تشريع وثيقة شرف أو آداب لمهنة عمل الإعلانات التجارية، تلزم التاجر أو المنتج بوضع بيانات السلعة المعلن عنها بكل شفافية ووضوح، وعدم حجب المعلومات والبيانات الضرورية للسلعة أو الخدمة المعلن عنها دون تحايل في استخدام العبارات وذلك حتى يظهر المستهلك بوضوح شديد مزايا وعيوب السلعة المعلن عنها، ليقرر بعدها إن كان سيتقدم على الشراء أو يحجب عنه.

7- بهدف الحيطة وعدم الوقوع في شباك المعلن المحتال، يتعين على كل فرد مقبل على الدخول في إحدى المشروعات التي يعلن عنها في وسائل الإعلام الحذر و التروي والسؤال عن الشركة لدى الجهات الرسمية ومركزها المالي، ثم يعقب ذلك بالتقدم بالعقود والمستندات التي يبرمها مع الشركة إلى أهل التخصص، أو أحد المستشارين القانونيين الذي يبصره بموقفه ويوضح له نقاط الضعف والثغرات الموجودة في العقد بما يفوت على الآخر فرص الفرار دون عقاب ويحمي مصالحه المالية لدى هؤلاء.

8- ينبغي الحصول على ترخيص من الجهات المسؤولة عن الإعلان المتضمن مثلا بيع الوحدات السكنية ترخيص من وزارة السكن، والإعلان المتضمن الأدوية الطبية والمستحضرات التجميلية ترخيص من وزارة الصحة، حتى يكون هناك ثقة في الجهة المعلنة وحتى يتأكد المستهلك من جدية وصدق الإعلان.

9- عند الإعلان عن الخدمات سواء الخدمات التي تقدمها وكالات السياحة والأسفار[1] أو خدمات البنوك، يجب أن تقدم هذه الإعلانات وصفا عادلا ووافيا بخصائص ومزايا موضوع الإعلان.

10- عند الإعلان عن فرص العمل في الجرائد أوفي أي وسيلة أخرى يجب أن يتم الإعلان بشكل صادق من خلال تحديد فرص العمل المتاحة والأماكن المطلوب فيها التشغيل،كما يجب أن يحدد عقد العمل اسم الشركة أو المؤسسة التي سيعمل بها العامل

---

1 - لقد شهدت الجزائر العديد من قضايا النصب و الاحتيال في العديد من عمليات تنظيم العمرة ،فقد كشفت وسائل إعلامية جزائرية مؤخرا عن مسؤولية وزارة السياحة و الصناعة التقليدية عن الفوضى التي تعرض لها المعتمرون في المطار بجدة بعد تورط العديد من الوكالات السياحة الغير المرخص لها من قبل الحكومة الجزائرية في قضية نصب و احتيال ،فقد تسللت وكالات غير مرخص لها بالمشاركة في عمليات تنظيم العمرة التي انتهت بالنصب علي المعتمرين بإهمالهم و تشريد الآلاف منهم لمدة قاربت الأسبوع.

بالخارج، و كذا قيمة الراتب الشهري له و أن يتم الاستعلام مسبقا عن مدى جدوى العقد قبل السفر للخارج.[1]

و في الأخير و بعد الإطلاع على بعض القوانين المقارنة سنقترح نصا لمعالجة النصب الإعلاني و هو كالتالي:

المادة الأولي:" دون الإخلال بأي عقوبة اشد ينص عليها قانون العقوبات أو أي قانون آخر، يعاقب بالحبس الذي لا يقل عن ثلاث سنوات و الغرامة التي لا تتجاوز خمس ملايين (5.000.000) دينار جزائري كل من قام بإعلان تجاري لسلعة أو خدمة تتضمن معلومات كاذبة تتعلق بالعناصر الرئيسية المكونة للسلعة أو الخدمة المعلن عنها ،و ذلك ببث هذه الإعلانات التجارية الكاذبة من خلال احدي الوسائل الإعلانية متى كان عالما بذلك".

المادة الثانية :"يعاقب بالحبس مدة لا تزيد عن ثلاث سنوات و الغرامة التي لا تتجاوز ثلاث ملايين(3.000.000) دينار جزائري أو بأحدي هاتين العقوبتين صاحب الوسيلة الإعلانية أو مديرها المسؤول إذا لم يقم بالتحقيق من صحة البيانات و المعلومات التي يتضمنها الإشهار، و ذلك عن طريق المستندات الصادرة من الجهات المختصة التي تثبت صحة هذه البيانات و إذا كان على علم بعدم صحتها فيعاقب بالعقوبة المنصوص عليها في المادة الأولى".

و يحكم في جميع الحالات بمصادرة السلعة أو إيقاف الخدمة محل المخالفة .

و تقضي المحكمة بنشر الحكم الصادر بالإدانة على نفقة المحكوم عليه في جريدتين يوميتين واسعتي الانتشار.[2]

---

1 - محمد الشناوي ، المرجع السابق، الصفحة 415.
_ www.masdar.net/site/shownews-php?mid-1141

2 -هو تقريبا النص المقترح لمعالجة النصب الإعلاني في التشريع المصري، انظر محمد الشناوي، المرجع السابق،الصفحة 196.

قائمة المراجع

أولا:المراجع باللغة العربية

1- **الكتب**

أ- **المراجع العامة (حسب التسلسل الأبجدي)**

1. أحسن بوسقيعة ، الوجيز في شرح القانون الجنائي العام، دار هومة الجزائر، (د ط) 2006.
2. أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجنائي الخاص، "الجرائم الاقتصادية"، ج 2، دار هومة الجزائر، ط 2، 2006.
3. أحمد أبو الروس، جرائم السرقات والنصب وخيانة الأمانة والشيك بدون رصيد، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1991.
4. أحمد فتحي سرور، الوسيط في قانون العقوبات، القسم الخاص، القاهرة 1991.
5. باسم شهاب، مبادئ القسم العام في قانون العقوبات، ديوان المطبوعات الجامعية، 2007.

6. الشواربي عبد الحميد،شرح قانون العقوبات في جرائم النصب، التبديد، إصدار شيك بدون رصيد، منشأة المعارف، الإسكندرية 1995.
7. العاني عادل عبد إبراهيم، جرائم الاعتداء على الأموال، مكتبة الثقافة، ط 2، 1997.
8. الفريق طاهر جليل الحبوش، جرائم الاحتيال-الأساليب والوقاية والمكافحة-أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية،الرياض،ط 1422/2001،1.
9. المرصفاوي حسن صادق، قانون العقوبات الخاص،منشأة المعارف، الإسكندرية 1991.
10. المنشاوي عبد الحميد، جرائم النصب والاحتيال في ضوء الفقه والقضاء،دار الفكر الجامعي، الإسكندرية،(دط)(د ت ن).
11. بكر عبد المهيمن، القسم الخاص في قانون العقوبات، جرائم الاعتداء على الأشخاص والأموال، دار النهضة العربية، 1998.
12. بن شيخ لحسين:مذكرات في القانون الجزائي الخاص،دار هومة، ط 2، 2002.
13. . ثروت جلال، نظم القسم الخاص،دار المطبوعات الجامعية،ج 2"جرائم الاعتداء على المال المنقول" 1995.
14. جيلالي بغدادي، الاجتهاد القضائي في المواد الجزائية،ج 2،الديوان الوطني للأشغال التربوية،2001.
15. حامد الشريف، الدفوع في النصب أمام القاضي الجنائي،دار الفكر الجامعي،الإسكندرية 2004.
16. رءوف عبيد،جرائم الاعتداء على الأشخاص والأموال،دار الفكر العربي،ط 6، 1974.
17. رمسيس بهنام، قانون العقوبات- جرائم القسم الخاص- منشأة المعارف ،ط 1، 1991.
18. سليمان عبد المنعم، النظرية العامة لقانون العقوبات،دار الجامعة الجديدة،2000.
19. عبد الله سليمان، شرح قانون العقوبات الجزائري "القسم العام"، ديوان المطبوعات الجامعية، ج 1، الجريمة، 2005.

20. عبد الله سليمان، دروس في شرح قانون العقوبات الجزائري، القسم الخاص، ديوان المطبوعات الجامعية، 1998.
21. عبد العزيز سعد، جرائم الاعتداء على الأموال العامة والخاصة، دار هومة، 2005.
22. عبد العظيم وزير، شرح قانون العقوبات، القسم الخاص، جرائم الاعتداء على الأموال، دار النهضة العربية، القاهرة، 1993.
23. علي عبد القادر القهوجي، جرائم الاعتداء على المصلحة العامة وعلى الإنسان والمال، منشورات الحلبي الحقوقية،بيروت، ط 2، 2002 .
24. عوض محمد، جرائم الأشخاص والأموال، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، (د ت ن) (د ط).
25. فريجة حسين، شرح قانون العقوبات الجزائري"جرائم الاعتداء على الأشخاص،جرائم الاعتداء على الأموال"، ديوان المطبوعات الجامعية، 2006.
26. فوزية عبد الستار، شرح قانون العقوبات، القسم الخاص، دار النهضة العربية، ط 3، 1990.
27. محمد صبحي نجم، شرح قانون العقوبات الجزائري، القسم الخاص، ديوان المطبوعات الجامعية، ط 4، 2003.
28. محمد سعيد نمور، شرح قانون العقوبات، القسم الخاص، "الجرائم الواقعة على الأموال" دار الثقافة ط 1، 2007.
29. محمود محمود مصطفى، شرح قانون العقوبات، القسم الخاص، مطبعة جامعة القاهرة،ط 8، 1984.
30. محمود نجيب حسني، جرائم الاعتداء على الأموال في قانون العقوبات اللبناني- دراسة مقارنة-دار النهضة العربية، 1984.
31. مصطفى العوجي، القانون الجنائي، منشورات الحلبي الحقوقية، 2006.

ب- المراجع الخاصة (حسب التسلسل الأبجدي)

1. أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة- دراسة مقارنة- المكتبة العصرية، ط 1، 2008.

2. أحمد السعيد الزقرد، الحماية المدنية من الدعاية التجارية الكاذبة والمضللة، دار الجامعية الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2007.
3. أنطوان الناشف، الإعلان والعلامات التجارية بين القانون والاجتهاد- دراسة تحليلية شاملة- منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 1999.
4. خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الالكتروني، الدار الجامعية للنشر، الإسكندرية، 2008.
5. خالد مصطفى فهمي،الضوابط القانونية و الأخلاقية للإعلان بين النظرية و التطبيق ،دراسة تحليلية مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر 2007.
6. خالد موسى توني، الحماية الجنائية للمستهلك من الإعلانات الخادعة، دار النهضة العربية، ط 1، 2007.
7. رضا متولي وهدان، الخداع الإعلاني و أثره في معيار التدليس ،دار الفكر العربي والقانون،ط 1 ،2008.
8. زهية حورية سي يوسف، المسؤولية المدنية للمنتج، دار هومة، 2009.
9. شاكر حامد علي حسن جبل، الإعلان التجاري، دار الفكر الجامعي، ط 1، 2009.
10. شريف محمد غنام،التنظيم القانوني للإعلانات التجارية عبر شبكة الانترنت،دار الجامعة الجديدة 2008 .
11. عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك، منشورات الحلبي الحقوقية، دمشق، 2007.
12. عبد الفضيل محمد احمد، الإعلان عن المنتجات و الخدمات من الوجهة القانونية،مكتبة الجلاء المنصورة 1999 .
13. علي السلمي، الإعلان، مكتبة غريب ،القاهرة 1978.
14. محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دار الكتاب الحديث ،الجزائر 2006.
15. محمد الشناوي، إستراتيجية مكافحة جرائم النصب المستحدثة(الانترنت- بطاقة الائتمان- الدعاية التجارية الكاذبة)،دار البيان 2006،(د ط).
16. محمد عبد الشافي إسماعيل، الإعلانات التجارية ومدى الحماية التي يكفلها المشرع الجنائي للمستهلك، دار النهضة العربية، ط 1، القاهرة، 1999.

2- **القواميس**

1. جيرار كورتو، معجم المصطلحات القانونية، ترجمة، منصور القاضي، المؤسسة الجامعية، ط 1، 1998.

2. سلال نزيه نعيم، القاموس الجنائي التحليلي، منشورات الحلبي الحقوقية، ط 1، 2004.

3- **المذكرات**

أ- **مذكرات الماجستير**

1. إسماعيل قاسمي ،قانون الإشهار في الجزائر من إنشاء الوكالة الوطنية للنشر و الإشهار ANEP—سنة 1997الي مشروع قانون الاشهار 1999،كلية العلوم السياسية و الإعلام ،جامعة الجزائر،2006.
2. بلعشي مريم، الحماية الجنائية للإشهار، مذكرة ماجستير، بن عكنون، الجزائر، 2001 /2002.
3. خديجة قندوز،حماية المستهلك من الإشهار التجاري، مذكرة ماجستير،كلية الحقوق،بن عكنون الجزائر،2000/2001.
4. رحال عبد القادر، جريمة النصب والاحتيال بين الشريعة والقانون،مذكرة ماجستير، بن عكنون، الجزائر، 2009/2010.
5. زبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة،مذكرة ماجستير، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2010/2011.
6. عبد الحليم بوقرين ،الجرائم الماسة بأمن و سلامة المستهلك ،مذكرة ماجستير،جامعة تلمسان ،2009/2010.
7. عراب مريم ،جريمة النصب في مجال الأعمال ،مذكرة ماجستير في قانون الأعمال المقارن ،جامعة وهران 2011/2012.

ب- **مذكرة التخرج**

1. زنوش الطاووس، حماية المستهلك من الإشهارات التجارية، مذكرة تخرج لإجازة شهادة المدرسة العليا للقضاء، 2005/2008.

4 **- المقالات و المدخلات**

أ- **المقالات**

1. أحمد السعيد الزقرد، الحماية القانونية من الخداع الإعلاني، مجلة الحقوق الكويتية،العدد 4، 1995.
2. الشلتاوي محمد عبد الله،المسؤولية الجنائية في الإعلان التجاري،مجلة الشرطة، الإمارات 1998.

3. جبالي و اعمر، حماية رضا المستهلك عن طريق الإعلام(الوسم و الإشهار)،المجلة النقدية للقانون و العلوم السياسية،كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، العدد 02،تيزي وزو 2006.

4. حسن فتحي، مشروعية الإعلانات التجارية لحماية المتجر و المستهلك، مجلة المحاماة المصرية، العدد الأول 1992.

5. شول بن شهرة،حماية المستهلك في عقود التجارة الالكترونية،مجلة الواحات للبحوث و الدراسات ،العدد 2008،3.

6. عبد الحميد محمد احمد،الخداع التجاري في نظام مكافحة الغش التجاري السعودي،مجلة الحقوق، جامعة الكويت 4 ديسمبر 1994.

7. عبد العزيز بن عبد الرحمن الشبرمي، جريمة النصب والاحتيال،4 افريل 2009 ،مقال منشور على الموقع التالي:www.islamtoday.net

8. عبد المجيد الصالحين، الإعلانات التجارية، أحكامها وضوابطها في الفقه الإسلامي، مجلة الشريعة والقانون، العدد 21، يونيو 2004.

9. مايكل بوت، الوسائل الاحتيالية، مجلة القضاء العربية، تصدرها الأمانة العامة لمجلس وزراء العدل العرب، العدد 1، السنة الأولي،ابريل 1984.

10. محي الدين عبد الحليم، أخلاقيات الإعلان في أجهزة الإعلام المرئية،مجلة الوعي الإسلامي ، العدد 395، السنة الخامسة،1998.

11. يمينة بليمان، الإشهار الكاذب أو المضلل، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 32، المجلد ب، ديسمبر 2009.

ب- **المدخلات**

1- إبراهيم عماري، ملتقى حول إعلام البائع(المنتج، الموزع) بالوسائل الحديثة وموقف الفقه الإسلامي منها، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، الشلف، العدد 5، 2011.

2 - بن شيخ، إعلام المستهلك، ملتقى حول الحماية في مجال الاستهلاك، كلية الحقوق، جامعة وهران، 14و 15 ماي 2000.

3 - شبايكي سعدان و حفيظة مليكة،الإشهار التجاري و حماية المستهلك ،ملتقي حول الحماية في مجال الاستهلاك ،كلية الحقوق ،جامعة وهران ،14و 15 ماي 2000.

5- **النصوص القانونية**

أ- **النصوص التشريعية**

1. قانون رقم 89/02 المؤرخ في 07فيفري 1989، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك الملغى،الجريدة الرسمية لسنة 1989،العدد 6،الصفحة 154.
2. قانون رقم 90/07 المؤرخ في 03افريل 1990، المتعلق بالإعلام ،الجريدة الرسمية لسنة 1990،العدد 14،الصفحة 459.
3. قانون رقم 90/31 المؤرخ في 04ديسمبر 1990، المتعلق بالجمعيات،الجريدة الرسمية لسنة 1990،العدد 53،الصفحة 1686.
4. قانون رقم 99/06 المؤرخ في 04ابريل 1999الذي يحدد القواعد التي تحكم نشاط وكالة السياحة و الأسفار، الجريدة الرسمية 07ابريل 1999،العدد 24،الصفحة 14.
5. مشروع قانون الإشهار المصادق عليه من مجلس الأمة في الدورة العادية 19 أوت 1999،العدد 10.
6. قانون رقم 01/09 المؤرخ في 26يونيو 2001 المعدل و المتمم للامر 66/156المؤرخ في 8جوان 1966المتضمن قانون العقوبات،الجريدة رسمية لسنة 2001،العدد 34،الصفحة 18.
7. القانون رقم 03/06 المؤرخ في 17 جويلية 2003 المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية 23يوليو 2003،العدد 44، الصفحة 22.
8. القانون رقم 04/02 المؤرخ في 23 جوان 2004 المتعلق بالقواعد المطبقة علي الممارسات التجارية،الجريدة الرسمية الصادرة في 27يونيو 2004 ، العدد 41،الصفحة 3.

9. القانون رقم 04/15المؤرخ في 10نوفمبر 2004المعدل و المتمم للأمر رقم 66/156 المؤرخ في 8جوان 1966المتضمن قانون العقوبات ،الجريدة الرسمية 10 نوفمبر 2004،العدد 71،الصفحة 8.
10. القانون رقم 05/10 المؤرخ في 20يونيو 2005 المعدل و المتمم للأمر رقم 75/58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 و المتضمن القانون المدني، الجريدة الرسمية لسنة 2005،العدد 44،الصفحة 21.
11. القانون رقم 06/22المؤرخ في 20 ديسمبر 2006 المعدل و المتمم للأمر رقم 66-155المؤرخ في 8جوان 1966 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية،الجريدة الرسمية لسنة 2006،العدد 84،الصفحة 10.
12. قانون رقم 06/23المؤرخ في 20 ديسمبر 2006المعدل و المتمم للأمر رقم 66-156المؤرخ في 8جوان 1966و المتضمن قانون العقوبات ،الجريدة الرسمية 24ديسمبر 2006،العدد 84،الصفحة 13.
13. القانون رقم 09/03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، الجريدة الرسمية 8مارس 2009، العدد 15، الصفحة 12.
14. قانون 12/05 المؤرخ في 12 يناير 2012 المتعلق بالإعلام، الجريدة الرسمية الصادرة في 15 يناير 2012، العدد 2، الصفحة 21.
15. قانون رقم 12/06 المؤرخ في 12 يناير 2012 المتعلق بالجمعيات، الجريدة الرسمية الصادرة في 15 يناير 2012، العدد 2، الصفحة 33.

ب-النصوص التنظيمية

1. المرسوم التنفيذي 90-39 المؤرخ في 30 جانفي 1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، الجريدة الرسمية لسنة 1990،العدد 5،الصفحة 202.
2. المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 15 سبتمبر 1990 المتعلق بضمان المنتوجات و الخدمات ، الجريدة الرسمية لسنة 1990 ،العدد 40، الصفحة 1246.

3. المرسوم التنفيذي 90-366 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 المتعلق بوسم السلع غير الغذائية وعرضها ، الجريدة الرسمية لسنة 1990،العدد 50،الصفحة 1585.

4. المرسوم التنفيذي 91-101 المؤرخ في 20 أفريل 1991 المتضمن منح الامتيازات للأملاك الوطنية والصلاحيات والأعمال المرتبطة بالخدمة العمومية للتلفزيون إلى مؤسسة عمومية للتلفزيون، ، الجريدة الرسمية الصادرة في 24ابريل 1991، العدد 19 ،الصفحة 621.

5. المرسوم التنفيذي 91-103 المؤرخ في 20 أفريل 1991 المتضمن منح الامتيازات للأملاك الوطنية العقارية والمنقولة للصلاحيات والأعمال المرتبة بالبث الإذاعي السمعي إلى المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة ، الجريدة الرسمية الصادرة في 24ابريل 1991،العدد 19 الصفحة 631.

ج – الاجتهاد القضائي

1. قرار رقم 28460 بتاريخ 10/01/1984،المجلة القضائية ،العدد الأول ،الديوان الوطني للأشغال التربوية،1990.

2. قراررقم 88573 المؤرخ في 22/09/1992، المجلة القضائية، العدد 2،الديوان الوطني للأشغال التربوية،1994.

3. قرار رقم 286391 المؤرخ في 25/06/2002، المجلة القضائية، العدد 01، الديوان الوطني للأشغال التربوية، 2003.

ثانيا- المراجع باللغة الفرنسية

LIVRES

1. CALAIS-AULOY(J.) ET STEINMETZ (F.), droit de la consommation, 5éme éd, Dalloz, 1989.

2. FABRE (R.) , droit de la publicité et de la promotion de vente, Dalloz ,1996.

3. GREFFE (P.) et GREFFE (f), la publicité et la loi en droit français ,union Européenne et Suisse , 2ème èd, litec,1995.

4. GUYON(Y.),Droit Des affaires Droit commercial général et société, tome1,8éme éd Economica, Dalloz, Paris,2003.

5. JAQUE (Ch.), pratique à la communication et de la publicité ,éd. eybolle, paris . SD.

6. LENDREVIE (J), BERNARD (B)LAISE, Le nouveau publicitor, 5éme éd ,Dalloz, Paris,2001.

7. MAYER (D.),droit pénal de la publicité, Masson, Paris, 1979.

8. MURIEL FABRE-MAGNAN, De l'obligation d'information dans les contrats, L.G.D.J, Paris 1992.

.PRADEL(J),Droit pénal économique,2éme éd. Dalloz1990 .9

.VALERI(M.), droit pénal spécial, 3éme éd, Dalloz,2007 .10

ARTICLES

BLONDET(M.); L'escroquerie à la publicité; chr, Dalloz; 1953. -1

BIHL(L.),la grande illusion, la publicité mensongère depuis la loi Royer,G.P.,1977. -2

BIHL(L.),publicité mensongère ,bientôt dix ans d'application, G.P.1972. -3

CHAVANNES (A.) , publicité fausse ou de nature à induire en erreur , J.C.P. N°08.1994. -4

CHESTIN (J.), la réticence, le dol et l'erreur, sur les qualités substantielles , Sirey, Dalloz, chr., 1971. -5

DIVIER (P.) et DIVIER(F.), le mensonge en publicité millésime, doc., 1996. -6

GAREAUT (R.) et GAREAUT(P.), pratique de droit pénal Français traité théorique, , N° 2537,1935. -7

-8 GUICHARD(S.), publicité commerciale et protection des consommateurs ,Juris Classeur commercial, Fasc .(11(1989

-9 GUY (R.), publicité: règles générales, Juris classeur commercial, entreprise et consommateur, Fasc .(930(9/2002

-10 LAMBER (L.), traité de droit pénal spécial, éd police .revue, Paris, 1968

-11 LE TOURNEAU(PH.), les professionnels ont-ils du .cœur ?,chr., Dalloz 1990

-12 MARCHEL(R.) et Maurice (p), précis de droit pénal .spécial, N°644, éd.1950

-13 PIERRE(B.) carte de crédit magnétique escroquerie et .vol chronique de jurisprudence , Paris, R.S.C, 1977

-14 PRADAL(J.), le nouveau code pénal français aperçu sur .sa partie générale, R, D.P.993,1993

TEXTES JURIDIQUES

-1 Code pénal français, cité par le site ,www.legifrance.gouv.fr

-2 Code de la consommation français, cité par le site www.legifrance.gouv.fr

JURISPRUDENCE

-1 T .Cor. de rochelle., 13 Juin 1966,J.C.P, II,14685, note. (CHAVANNES(A.

-2 T.paris., 20 Decembre 1968., G.P. 1969, 11, p.319 ,note (FOURGOUX (J-c.

-3 T.Cor.Lyon., 3 Decembre 1973, G.P .1974 - 9 - 13 .aout1974, not DIVIER

-4 .Cass Crim.,21mai1974,D.1974,p.579,note ROBERT

-5 .Cass Crim., 11 Juin 1974, J.C.P, éd. E, 1974.1,p.77

-6 .Cass crim.,5mai1977,G.P,1978,11,p.503,note PIROVANA

-7 T.Paris., 4 Juillet 1977,J.C.P.1979,11.1, Note. ANDREE (D) (ET DIVIER (p. F.

-8 T.cor. lyon.,20novembre1981,G.P.1982.P.931,note (.GRELLE(p.

-9 T.paris.,6janvier1982,G.P,1982,11,p.448,note,FOURGOUX ((J-C.

-10 Appel lyon., 5 mai 1982 J.C.P, 1983, 1, p.1970, note (BIOLAY (J-J.

-11 .Cass Crim., 28 Avril 1984, J.C.P, 1964, II, 13719

-12 Cass crim., 2 juin 1982, R.T.D.C, 1983, p.292., obs. .BOUZAT

-13 .Cass Crim ., 7 Janvier 1987,inc, Hebdo.Nx563

-14 CassCrim.,24mars1987,J.C.P,1988,11,217,noteHEIDSIEC (k(o

-15 Cass crim.,5mai1987,G.P,1988,1som,p.6,note .(DOUCET(J-p

-16 Cass crim.,30mai1989,D. .(1990,1som,p.359,obs,ROUGOU DE BOUBEE(G

-17 Cass crim.,23janvier1992,G.P,1992,p.298,note .(DOUCET(J-p

-18 Cass Crim., .(18mai1993,D.1994,1som,p.77,obs.IZORCHE(M-L

-19 .Cass Crim., 9 Juillet 1993,G.P.1993,p.558

-20 Cass Crim ., 11 Février 2003, petite .(affiche,17septembre2003, note TRIBOULET(P

SITE INTERNET

.1 Nhtt: // www.esgmarkts.com
.2 Http:// itfctk. Ahlamontada.net
.3 http//amaltilimsan.3oloun.org
.4 www.masdar.net
.5 www.islamtoday.net
.6 www.legifrance.gouv.fr
.7 Www. Blog.saeeed.com

فهــرس الموضوعــات

مقدمــة عامة:.....01

الفصل التمهيـدي: الأحكام العامة للنصب فـي الإعلان.....07

المبـــــــــحث الأول:المقصـــــــــود بـــــــــالإعلان وبيـــــــــان أطرافه.....07

المطـــــــــــــــــــــــــلب الأول: المقصـــــــــــــــــــــــــود بالإعلان.....09

الفـــــرع الأول: موقـــــف التشـــــريعات المقارنـــــة مـــــن تعريـــــف الإعلان.....09

أولا: مسلك التشريعات العربية من تحديد مدلول الإعلان(علي رأسـها التشـريع الجزائري)..09

ثانيـــا: موقـــف التشـــريع والقضـــاء الفرنســـيين مـــن تحديـــد مـــدلول الإعلان.....12

الفـــرع الثـــاني: تمييـــز الإعلان عـــن بعـــض المفـــاهيم المشـــابهة له.....15

أولا: الإعلان والدعاية 15

ثانيـا: الإعلان و الإعلام.....16

المطلـــــــــــــــب الثـــــــــــــــاني: أطـــــــــــــــراف الإعلان.....16

الفـــــــــــــرع الأول: المعلـــــــــــــن ووكـــــــــــــالات الإعلان.....17

أولا: المعلـن.....17

ثانيـا: وكالـة الإعلان.....18

الفـرع الثـاني:أدوات الإعلان.....18

المبـــــــــحث الثـــــــــاني: الإعلان الكـــــــــاذب وجريمـــــــــة النصب.....19

المطلب الأول: ماهية النصب 20

الفـرع الأول:المفهوم القانوني للنصب.....21

الفـرع الثاني:الألفاظ ذات الصلة بالنصب.....22

أولا: الخداع والتدليس.....22

ثانيـا: الغش.....23

المطـــلب الثـــاني: المقصـــود بـــالإعلان الكـــاذب وعلاقتـــه بجريمـــة النصب.....24

الفـرع الأول: المقصود بالإعلان الكاذب.....24

أولا: مـدى اعتبـار الإعلان المقـارن كصـورة مـن صـور الإعلانـات الكاذبة.....27

الفـــــرع الثـــــاني: علاقـــــة الإعلان الكـــــاذب بجريمـــــة النصب.....28

الفـــصـل الأول: الإعلان كوسيلة للنصب.....30

المبـــحث الأول: مـدى انسـجام النصـب مـن خلال الإعلان مـع مفهـومه التقليدي.....30

المطـــلب الأول: اســتعمال المعلــن وســيلة مــن وســائل التــدليس والاحتيال..... 31

الفـــــرع الأول: اســـــتعمال المعلـــــن لأســـــماء أو صـــــفات كاذبة.....32

أولا: الاسـم الكـاذب.....33

ثانيـا: الصـفة الكاذبـة.....35

الفـــــرع الثـــــاني: اســـــتعمال المعلـــــن لمنـــــاورات احتيالية..... 37

أولا: الكـــــــذب وأحكـــــــامه فـــــــي جريمـــــــة النصـــــــب الإعلاني.....39

ثانيـــــــا: اســـــــتعانة المعلـــــــن بعناصـــــــر أو مظـــــــاهر خارجية.....41

ثالثـا: غايات المناورات الاحتيالية..... 48

رابعـــا:معيـــار جســـامة الخـــداع الإعلانـــي الـــذي تقـــوم بـــه جريمـــة النصب.....55

المطلـــب الثـــاني: النتيجـــة الإجراميـــة والشـــروع فـــي جريمـــة النصـــب الإعلاني.....59

الفـــــرع الأول: النتيجـــــة الإجراميـــــة فـــــي جريمـــــة النصـــــب الإعلاني.....59

أولا: تكييـــــــف الضـــــــرر فـــــــي جريمـــــــة النصـــــــب الإعلاني.....61

ثانيـــــــا: إثبـــــــات التســـــــليم فـــــــي جريمـــــــة النصـــــــب الإعلاني..... 65

ثالثـــــــــا:شـــــــــروط المـــــــــال محـــــــــل الاحتيال.....65

الفـــــرع الثـــــاني: الشـــــروع فـــــي جريمـــــة النصـــــب الإعلاني.....67

أولا: مفهوم الشـروع..... 67

ثانيـــــــا: خصوصـــــــية الشـــــــروع فـــــــي جريمـــــــة النصب.الإعلاني 68

المبحث الثاني: العلاقة السببية والإسناد المعنوي لجريمة النصب في الإعلان.....70

المطلب الأول: العلاقة السببية لجريمة النصب في الإعلان.....70

الفرع الأول: خصوصية العلاقة السببية في جريمة النصب الإعلاني.....71

الفرع الثاني: شروط قيام العلاقة السببية.....72

أولا: ضرورة أن يدفع فعل الاحتيال إلى وقوع المجني عليه في الغلط.....72

ثانيا: ضرورة أن يدفع الغلط إلى تسليم المال.....74

ثالثا: ضرورة أن يسبق فعل الاحتيال تسليم المال.....74

المطلب الثاني: الإسناد المعنوي لجريمة النصب في الإعلان.....75

الفرع الأول: مفهوم الركن المعنوي وعناصره.....75

أولا: مفهوم الركن المعنوي.....75

ثانيا: عناصر القصد الجنائي.....76

الفرع الثاني: القصد الجنائي لجريمة النصب في الإعلان.....77

أولا: القصد العام.....78

ثانيا: القصد الخاص.....79

الفصل الثاني: المواجهة الجزائية للنصب الإعلاني.....81

المبحث الأول: النطاق الشخصي للمسؤولية الجزائية والجزاء عن النصب في الإعلان..82

المطلب الأول: النطاق الشخصي للمسؤولية الجزائية عن النصب الإعلاني.....82

الفرع الأول: مسؤولية الفاعل الأصلي ومسؤولية الشركاء عن النصب الإعلاني.....84

أولا: مسؤولية الفاعل الأصلي عن النصب الإعلاني.....84

ثانيا: مسؤولية الشركاء عن النصب الإعلاني.....89

الفرع الثاني: مسؤولية الأشخاص الاعتبارية عن النصب الإعلاني.....93

المطلب الثاني: الجزاء القانوني المقرر لمرتكب النصب في الإعلان.....96

الفرع الأول: الجزاء القانوني المقرر للشخص الطبيعي مرتكب النصب الإعلاني.....97

أولا: العقوبات الأصلية والتكميلية وعقوبة الاشتراك.....97

ثانيـا: الظروف المشددة والأعذار المخففة..... 100

الفـرع الثـاني: الجـزاء القـانوني المقـرر للشـخص المعنـوي مرتكـب النصـب الإعلاني.....107

أولا: الجـــــزاءات الماليـــــة الـــــتي تطـــــال الشـــــخص المعنوي.....108

ثانيـــا: الجـــزاءات غيـــر الماليـــة الـــتي تطـــال الشـــخص المعنوي.....109

المبحـث الثـاني: الإجـراءات الوقائيـة ودور مؤسسـات الدولـة فـي التصـدي للنصـــــــ

أولا: وسائل جمعيات حماية المستهلك في سبيل الوقاية من الإعلانات الزائفة.....117

المطلب الثاني:الجهات ذات العلاقة و دور مؤسسات الدولة المعنية بالتصدي للنصب الإعلاني.....
121

الفرع الأول:دور الشرطة في التصدي للنصب الإعلاني.....121

أولا: خلق جهاز لمكافحة وضبط جريمة النصب في الاعلان.....122

ثانيا: توعية جمهور المستهلكين وإعلامهم.....122

ثالثا: الدعاية المضادة.....
123

الفرع الثاني: دور المؤسسات التشريعية،القضائية والإعلامية في التصدي للنصب الإعلاني.....
124

أولا: دور المؤسسة التشريعية في التصدي للنصب الإعلاني.....124

ثانيا:دور المؤسسة القضائية في التصدي للنصب الإعلاني(المعنية بالبحث و التحري) 125

ثالثا: دور المؤسسة الإعلامية في التصدي للنصب الإعلاني.....128

الخاتمة.....134

قـــائمة المراجـــع.....
142
فهرس الموضـوعات.....
156

الملخص

إن النصب في الإعلان من بين الجرائم الخطيرة و الحديثة التي تشهدها البلاد في الوقت الراهن، فتميزت هذه الجريمة بأنها جريمة ظهرت للوجود بحلة جديدة غير تلك المعهود لها سابقا، من حيث أساليب الاحتيال و عدد الضحايا، و بالتالي لم تعد هذه الجريمة تقف عند حد إتباع الأساليب التقليدية في ارتكابها، بل لحق بها تطور كبير نتيجة بعض الأزمات الاقتصادية كأزمة الإسكان و كنتيجة لسياسة الانفتاح ،فكان من الطبيعي و المنطقي أن تتطور هذه الجريمة لتساير العصر و كانت من أحسن الأساليب في ذلك الإعلانات التجارية .

ولعل السبب الرئيسي في انتشار هذه الجريمة علي نطاق واسع هو غياب تنظيم قانوني لميدان الإشهار في الجزائر، الأمر الذي سهل علي المجرمين التفنن في امتهان الاحتيال الإعلاني . وهو ما نأمل أن يأخذه المشرع بعين الاعتبار في المستقبل القريب و الإسراع لتنظيم هذا الميدان الحيوي وبالتالي الحد من نشاط المحتالين.

الكلمات المفتاحية: النصب ، الإعلان ، المعلن ، المستهلك، الإعلان الكاذب .

Résumé

L’escroquerie dans la publicité figure parmis les crimes dangereux et actuels que vit le pays dans ces temps .ce crime s’est distingue par le fait que c’est un crime qui fait reapparence nouvelle avec des méthodes et des moyens non connus dans le passé vues les façons et le nombre de . victimes

En fin de compte ce crime ne s’est pas arrêté aux limites des méthodes anciennes mais il a pris une évolution considérable résultante de quelques crises économiques comme la crise du logement et la crise de développement .il évolue avec le temps et sa méthode actuelle la publicité .commerciale

La raison qui fait l’extension de ce crime sur un grand secteur est la non organisation d’une loi dans le domaine de la publicité en Algérie ,ce qui a facilité le perfectionnement .dans l’art d’escroquer dans la publicité

Nous espérons la prise en considération de ce crime par le juriste dans un avenir proche et s’activer dans l’organisation .de ce domaine et enfin mettre fin aux aventures des escrocs

Mots clés: l’escroquerie ,la publicité ,annonceur ,consommateur , la publicité mensongère

الملخص

إن النصب في الإعلان من بين الجرائم الخطيرة و الحديثة التي تشدها البلاد في الوقت الراهن، فتميزت هذه الجريمة بأنها جريمة ظهرت للوجود بحلة جديدة غير تلك المعهود لها سابقا من حيث أساليب الاحتيال و عدد الضحايا، و بالتالي لم تعد هذه الجريمة تقف عند حد إتباع الأساليب التقليدية في ارتكابها، بل لحق بها تطور كبير نتيجة بعض الأزمات الاقتصادية كأزمة الإسكان و كنتيجة لسياسة الانفتاح، فكان من الطبيعي و المنطقي أن تتطور هذه الجريمة لتساير العصر و كانت من أحسن الوسائل في ذلك الإعلانات التجارية. و لعل السبب الرئيسي في انتشار هذه الجريمة على نطاق واسع هو غياب تنظيم قانوني لميدان الإشهار في الجزائر، الأمر الذي سهل على المجرمين التفنن في امتهان الاحتيال الإعلاني، و هو ما نأمل أن يأخذه المشرع بعين الاعتبار في المستقبل القريب و الإسراع لتنظيم هذا الميدان الحيوي و بالتالي الحد من نشاط المحتالين.

الكلمات المفتاحية:

النصب؛ الإعلان؛ المعلن؛ المستهلك؛ الإعلان الكاذب؛ الغش؛ التدليس؛ الإشهار المضلل؛ الإعلانات التجارية؛ الاحتيال الإعلاني.

نوقشت يوم 24 سبتمبر 2013