

حق المؤلف على المصنفات الإشهارية

الأستاذة/ سويلم فضيلة، أستاذة مساعدة " أ"
جامعة سعيدة

مقدمة :

في ظل الإنفتاح الإقتصادي و تبني مبدأ حرية التجارة و الصناعة، و ما ترتب عن ذلك من حرية المنافسة بين المتعاملين الإقتصاديين لعرض أفضل المنتجات و الخدمات، تزايد الاهتمام بالإشهار التجاري بوصفه أحد أهم الأنشطة الإقتصادية في مجال التسويق و الترويج، و التي أصبحت تمثل مصدر دخل للكثير من المشروعات، كوكالات الإشهار المتخصصة، و وسائل الإشهار المختلفة التقليدية و الالكترونية.¹

يعد الإشهار التجاري وسيلة من وسائل الاتصال، يهدف المعلن بموجبه إلى إيصال مضمون رسالته إلى الجمهور، من خلال النص و الصورة أو عبر الصوت، من أجل الإعلان عن منتجاته و خدماته، و يتدخل في عملية تنفيذ الرسالة الاشهارية و تجسيدها، مجموعة من الأشخاص، لذلك فهي غالباً ما تتضمن عملاً فكرياً يهدف إلى استغلال الإمكانيات الذهنية من أجل الترويج للمنتجات و الخدمات بغية زيادة تسويقها.

و بذلك، أظهرت الاشهارات التجارية وجود حقوق مرتبطة بها و تنشأ بمناسبة، أهمها تلك الحقوق التي تنشأ لمؤلفي الرسالة الاشهارية، غير أن هذا الارتباط يثير جملة من التساؤلات، حول مدى إمكانية شمول الإبداعات الاشهارية بالحماية القانونية المقررة لحق المؤلف، و الأثر المترتب عن ذلك؟

إنطلاقاً مما تقدم، و للإجابة على هذا التساؤل، سيتم تحديد نطاق حق المؤلف على المصنف الاشهاري، ثم بيان آثار حق المؤلف على هذا المصنف.

¹ - يوسف عودة غانم المنصوري، التنظيم القانوني للإعلانات التجارية عبر الإنترنت، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة الأولى، 2015، ص. 12.

المبحث الأول : نطاق حق المؤلف على المصنف الاشهاري

يتحدد نطاق حق المؤلف على المصنف الاشهاري من ناحيتين : تتعلق إحداهما بالنطاق الموضوعي الذي يتناول محل هذه الحماية القانونية و كذا المعيار المتبع لتقريرها، أما الناحية الثانية فتتضمن النطاق الشخصي- الذي يحدد الأشخاص المقررة لهم حقوق المؤلف على المصنف الاشهاري.

المطلب الأول : النطاق الموضوعي لحق المؤلف على المصنفات الاشهارية

حق المؤلف هو حق من حقوق الملكية الفكرية يهتم بحماية الإنتاج الفكري أو الذهني، و يقصد به: "الحق الممنوح لكل شخص يقوم بإنتاج ذهني مبتكر"¹ أو هو: "الحق الممنوح للمبدعين عن مصنفاتهم الأدبية و الفنية"².

لقد استعمل المشرع الجزائري مصطلح المصنف للدلالة على الإبداع الفكري أو الذهني، و على هذا الأساس يمكن تعريف المصنف بأنه: "كل عمل مبتكر أدبي أو فني أو علمي أياً كان نوعه أو طريقة التعبير عنه أو أهميته أو الغرض من تصنيفه"³.

و عموماً، تشمل حقوق المؤلف نوعين من المصنفات الفكرية المحمية قانوناً⁴، و هي : المصنفات الأصلية و المصنفات المشتقة من الأصل.

يلاحظ بالرجوع لأحكام المادتين 04 و 05 من الأمر 03-05 المتعلق بحقوق المؤلف و الحقوق المجاورة، أن المشرع الجزائري قد أورد تعديلاً للمصنفات الفكرية المتمتعة بالحماية القانونية – الأصلية و المشتقة - ، دون أن يدرج المصنفات الاشهارية ضمنها، فهل ذلك يعني استبعاد الإبداعات الاشهارية من دائرة المصنفات المتمتعة بالحماية القانونية لحق المؤلف؟

¹ - شريفي نسرين، حقوق الملكية الصناعية، حقوق المؤلف و الحقوق المجاورة، حقوق الملكية الصناعية، سلسلة مباحث في القانون، دار بلقيس، 2014، ص. 17.

² - أحمد أنوار ناجي، الحماية القانونية لحق المؤلف في التشريع المغربي، مجلة الحقوق المغربية، العدد 11، وجدة، 2011، ص. 63.

³ - يوسف عودة غانم المنصوري، المرجع السابق، ص. 31.

⁴ - نظم المشرع الجزائري حقوق الملكية الأدبية والفنية و التي تشمل حقوق المؤلفين و الفنانين على إنتاجاتهم الأدبية و الفنية، بموجب الأمر رقم 03-05 الصادر في 19 جويلية 2003 المتعلق بحقوق المؤلف و الحقوق المجاورة، ج.ر.، 23 جويلية 2003، العدد 44، ص. 03-22.

باستقراء مضمون المادة 03 من الأمر السابق ذكره، التي شملت حماية المصنفات الفكرية بأنواعها و أياً كان موضوعها، يستشف ضمناً أن ذلك التعداد جاء على سبيل المثال لا الحصر، وهذا ما أكدته أيضاً عبارة " و خصوصاً " الواردة في المادة 04 من ذات الأمر، مما يعني أنه لا يوجد ما يمنع من إضافة المصنفات الاشهارية إلى تلك المصنفات المحمية على أساس قانون حماية المؤلف، متى توافرت فيها الشروط القانونية.

و ينبغي لثبوت حق المؤلف على الإبداعات الاشهارية، و من ثم تمتعها بالحماية القانونية التي يكفلها قانون حماية حقوق المؤلف توافر شرطين أو معيارين أحدهما موضوعي يتمثل في الأصالة، و الآخر شكلي يكمن في الشكل أو المظهر الخارجي للمصنف.¹

الفرع الأول : توافر الأصالة في المصنفات الإشهارية

تعد الأصالة شرطاً جوهرياً لإضفاء الحماية القانونية لحق المؤلف على الإبداع الفكري، و قد أشارت إليه صراحة المادة 03 و 05 و 06 من الأمر 03-05 المتعلق بحقوق المؤلف و الحقوق المجاورة، و لبيان مضمون هذا الشرط ينبغي تحديد مفهوم الأصالة، و مدى تطبيقها على عناصر المصنف الإشهارية.

أولاً : تعريف الأصالة

لقد استقر الفقه² على تعريف الأصالة بأنها: "إبداع أو ابتكار فكري يعكس البصمة الشخصية للمؤلف"، و وفقاً لهذا التعريف الشخصي للأصالة، يجب أن يبرز الإنتاج الذهني شخصية مؤلفه، سواء كان ذلك في جوهر الفكرة المعروضة أو في مجرد طريقة العرض أو التعبير أو الترتيب أو الأسلوب.³

و قد أخذ العديد من الفقه⁴ بهذا التعريف عند تحديده لشرط الأصالة في المصنف الاشهاري، أسوة ببقية المصنفات الفكرية الأخرى، حيث اعتبر الإشهار مبتكراً إذا كان يمثل انعكاساً لشخصية مؤلفه.

¹ - بتول صراوة عبادي، التضييل الإعلاني التجاري و أثره على المستهلك، دراسة قانونية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت لبنان، 2011، ص. 40.

² - CORONE (F), *La protection des créations publicitaires*, LEGICOM n° 03, 1994, p. 31.

³ - يوسف عودة غانم المنصوري، المرجع السابق، ص. 48.

⁴ - عبد الفضيل محمد أحمد، الإعلان عن المنتجات والخدمات من الوجهة القانونية، دار النهضة العربية، الطبعة الأولى، 1991، ص. 121؛ أنطوان الناشف، الإعلانات والعلامات التجارية بين القانون والاجتهاد، دراسة تحليلية شاملة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 1999، ص. 61.

يركز هذا التعريف على شخصية المؤلف أكثر من الجهد الذهني المبذول من جانبه، لذلك فهو ينسجم مع بعض المصنفات الفكرية، إلا أنه لا يتلاءم مع المصنف الاشهاري، الذي بالرغم من تميزه بالطابع الإبداعي، إلا أنه غالباً ما يتعذر توافر البصمة الشخصية للمؤلف فيه، لأنه مجرد وسيلة للترويج عن المنتجات والخدمات المعلن عنها، الغرض منها هو إظهار خصائص تلك المنتجات والخدمات حسب ما يتلاءم مع رغبات المستهلكين بعيداً عن انطباعات المؤلف ونظرته الشخصية.

علاوة على ذلك، يتطلب تصميم المصنف الاشهاري ضرورة تدخل أكثر من مؤلف يساهم كل منهم بجزء منه بغية تجسيده مادياً، الأمر الذي يجعل صعوبة في توافر الطابع الشخصي للمؤلف عليه.

كما أن تصميم الإشهار يتم بمقابل أجر معين، لذا تطغى الصفة المادية على الطابع الجمالي للمصنف الإشهاري، و بذلك، تتعارض طبيعته مع تعريف الأصالة بوصفها بصمة لشخصية المؤلف، لأن الصفة الجمالية للمصنف الفكري تكون نابعة من المؤلف ذاته فتشكل امتداداً لشخصيته.¹

إزاء هذه الأسباب كان لا بد من البحث عن تعريف آخر للأصالة يتناسب مع طبيعة المصنف الإشهاري.

لقد أثار ظهور بعض المصنفات التكنولوجية الحديثة - كبرامج الحاسب الآلي و بنوك المعلومات، التي اعترف لها المشرع الجزائري بالحماية على أساس حق المؤلف - صعوبة في تطبيق التعريف الشخصي للأصالة عليها، لأنها تمثل مجموعة من القواعد الرياضية أو الفنية أو البيانات التي ينبغي على المؤلف مراعاتها لمنح المصنف المعلوماتي شكله النهائي، والتي يتعذر انطباعها بالبصمة الشخصية لمؤلفها.

و مراعاة لطبيعة هذه المصنفات تم تعريف الأصالة بأنها: "الإسهام الذهني للمؤلف"، أو بتعبير آخر: "الإبداع أو الابتكار الذي لا يتحقق إلا بواسطة بذل جهد ذهني أو فكري"، وهذا يعني أنه يكفي لتمتع المصنف بالحماية أن يتضمن مجهود ذهني من مؤلفه حتى وإن لم يعكس ذلك بصمته الشخصية، وهكذا يتبين أن هذا المعيار الموضوعي يتماشى و طبيعة المصنف الإشهاري.

إن شرط الأصالة غير مقترن بشرط الجودة، فلا يشترط أن يكون المصنف جديداً بل يكفي أن يضيف شيئاً جديداً مُعبراً عن جهد ذهني حقيقي للمؤلف، سواء في طريقة التعبير أو في ذاتية المصنف، و تعد الأصالة مسألة واقعية، تخضع للسلطة التقديرية للقاضي،¹ و يختلف تقديرها باختلاف المصنفات.²

¹ - يوسف عودة غانم المنصوري، المرجع السابق، ص. 48 إلى 51.

ثانياً: تطبيق معيار الأصالة على عناصر المصنف الإشهاري

غالباً ما يتضمن المصنف الإشهاري العديد من العناصر كالشعارات الإشهارية و الصور و الرسوم و المقاطع الصوتية و الموسيقية و مقاطع الفيديو، و يكفل ابتكار أي عنصر من تلك العناصر - سواء منفرداً أو بامتزاجه مع أكثر من عنصر - الحماية القانونية للمصنف الإشهاري بأكمله.

1- الشعارات الإشهارية:

يعتبر الشعار الإشهاري من أكثر المصنفات الإشهارية شيوعاً، و يعرف على أنه: "جملة أو عبارة تتكون من عدد قليل من الكلمات تستخدم لتمييز منتج أو خدمة عند الإعلان عنها، من خلال إيراد صيغة سهلة الحفظ يمكن تذكرها بسهولة من قبل المستهلك"، و بالرغم من اتصاف الشعار الإشهاري بالإيجاز و اختصار الأسلوب، إلا أنه يعد محلاً للحماية على أساس قانون حق المؤلف متى تحققت فيه شروط الحماية.³

2- الصور الفوتوغرافية:

كثيراً ما تستعمل في الاشهارات التجارية الصور الفوتوغرافية و هي تمثل إحدى المصنفات الفنية التي تتم بطريقة ميكانيكية، و قد أوردها المشرع الجزائري ضمن المصنفات المتمتعة بالحماية القانونية لحق المؤلف، و ذلك بصرف النظر عن موضوع تلك الصور سواء كانت صور شخصية أو مناظر طبيعية أو صور للمنتجات و الخدمات...إلخ

و بالرغم من أن المصنفات التصويرية أو الفوتوغرافية لا تعتمد على المجهود الذهني للإنسان وحده، بل تلعب الآلة التصويرية دوراً رئيسياً في إنتاج الصورة، إلا أن عملية التصوير تبقى دائماً تحمل طابعاً شخصياً و إبداعياً لصاحبها من خلال اختيار المنظر و زاوية أخذ الصورة و إظهار البعد الجمالي لها، و التحضير للعمل...إلخ⁴

¹ -TCHOTOURIAN (1), *Droit de la publicité et de la promotion des ventes en matière de presse écrite*, Edi. Publibook, 2004, p. 32.

² - شريقي نسرين، المرجع السابق، ص. 19؛ أحمد أنوار ناجي، المرجع السابق، ص. 66 و 67.

³ - يوسف عودة غانم المصوري، المرجع السابق، ص. 55.

⁴ - شريقي نسرين، المرجع السابق، ص. 28.

المقاطع الموسيقية:

غالباً ما يصاحب الإشهار التجاري بعض المقاطع الموسيقية التي من شأنها جذب انتباه المستهلك للاطلاع على مضمون الإشهار، وقد اعترف المشرع الجزائري بحماية المصنفات الموسيقية و التي تشمل كل أنواع الموسيقى¹ الأصلية، سواء كانت هذه المصنفات ناطقة أي بالغناء أو صامتة.

و تمثل العناصر المكونة للمصنف الموسيقي و التي تظهر أصالة هذا المصنف من خلال التنسيق بينها في كل من : اللحن أو النغم و الإيقاع و التألف أو الانسجام القائم بينهما.²

و تجب الإشارة، إلى أنه لا بد من اقتران اللحن بالإيقاع و الانسجام حتى يكون المصنف الموسيقي محل للحماية القانونية لحق المؤلف، فاللحن يعد بمثابة التأليف في المصنفات الأدبية بوصفه معيار للابتكار في عالم الموسيقى، أما الإيقاع و الانسجام فهما يمثلان الإطار الخارجي الذي يبرز الموسيقي لحنه فيه، مما يعني أن وجود عنصرَي الإيقاع و الانسجام معا دون اللحن يقضي المصنف من الحماية.³

الفرع الثاني : تجسيد الإبداعات الاشهارية في شكل ملموس

يشترط القانون⁴ لإضفاء الحماية الخاصة بحق المؤلف على نتاج العمل الفكري، ضرورة خروجه من مجال الفكر إلى عالم الواقع المحسوس، و ذلك بإفراغه في صورة مادية يظهر من خلالها إلى الوجود، بغض النظر عن شكل و طريقة التعبير عنه، سواء كانت بالكتابة أو بالصوت أو بالرسم أو بالتصوير أو الحركة...إلخ⁵

و بذلك يتضح، أن قانون حماية حق المؤلف يحمي أشكال الإبداع فقط، أما الأفكار فلا تتمتع بالحماية إلا إذا تجسدت في شكل مادي ملموس المعبر عنه بالمصنف⁶، و هذا ما أكدته بشكل صريح المادة 07 من الأمر 05-03 السابق ذكره، التي نصت على عدم حماية الأفكار إلا من خلال الشكل الذي تم فيه التعبير عنها، و

¹ - يقصد بالموسيقى فن تنسيق أنغام صوت الإنسان أو الآلات الموسيقية أو الاثنين معاً.

² - فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، الحقوق الفكرية، حقوق الملكية الصناعية و التجارية، حقوق الملكية الأدبية و الفنية، سلسلة قانون الأعمال، ابن خلدون، الطبعة الثانية، 2006، رقم 392، ص. 424.

³ - شريقي نسرين، المرجع السابق، ص. 25.

⁴ - المادة 07 من الأمر رقم 05-03 الصادر في 19 جويلية 2003 المتعلق بحق المؤلف و الحقوق المجاورة، سالف الذكر.

⁵ - شريقي نسرين، المرجع السابق، ص. 18.

⁶ - عجة الحيلالي، أزمات حقوق الملكية الفكرية، دار الخلدونية، 2012، ص. 292.

يسري هذا الاستبعاد على جميع الأفكار بما فيها تلك الإشهارية، مما يعني أن أحكام قانون حقوق المؤلف لا توفر الحماية القانونية لأصحاب الفكرة الإشهارية¹، وإنما تقتصر - فقط على حماية الشكل التعبيري للمصنف الإشهاري.

إن استبعاد الأفكار الإشهارية بذاتها من نطاق الحماية القانونية لحق المؤلف، يطرح تساؤل حول مدى اتساع مفهوم هذه الأفكار ليشمل الطرق والأساليب الإشهارية؟²

لقد أظهر الواقع العملي لجوء الشركات التجارية وكذا المنتجين و الموزعين للسلع و مقدمي الخدمات، إلى استعمال العديد من الطرق والأساليب الإشهارية التي تساعد في ترويج تلك السلع والخدمات، كتقديم الهدايا والمسابقات و سحبات اليانصيب، بهدف جلب اهتمام المستهلك و دفعه لاقتناء المنتجات والخدمات المعلن عنها، على أمل أن يحالفه الحظ و يحصل على الهدايا أو القيمة المالية المقدمة من الجهة المعلنة.³

و في الواقع، تعد تلك الطرق الإشهارية مستبعدة من نطاق الحماية بحق المؤلف، لأنها لا تعدو أن تكون مجرد أفكار و أساليب يتم الاستعانة بها بغية الترويج للمنتجات والخدمات⁴، طبقاً للمادة 07 من الأمر 03-05 السابق ذكره، بنصها صراحة على عدم حماية: "... الأساليب وإجراءات العمل و أنماطه المرتبطة بإبداع المصنفات الفكرية بحد ذاتها..."

كما قد يتطلب تصميم الإشهار لاسيما بالنسبة للشعارات الإشهارية الاستعانة بمخططات أولية كالمسودات و الرسومات و غيرها، و كذلك المصنفات الإشهارية السمعية البصرية التي يقتضي تصميمها وضع مخطط أساسي يرسم مجموع اللقطات للفلم الإشهاري بشكل تسلسلي و افتراضي على ورق و المسمى بالسيناريو، الذي يوضح تفاصيل الإشهار كلها تمهيداً لإظهاره بالشكل النهائي⁵، فهل تحض هذه المخططات بالحماية وفقاً لقانون حقوق المؤلف؟

¹ - يمكن حماية الأفكار الإشهارية بعد نشرها في الإشهار التجاري من خلال وسيلتين: إما على أساس دعوى المسؤولية التقصيرية (المواد 124 إلى 133 من القانون المدني) و ذلك في إطار المنافسة غير المشروعة، أو على أساس دعوى الإثراء بلا سبب (المادتين 141 و 142 من القانون المدني).

² - CORONE (F), op. cit., p. 31.

³ - يوسف عودة غانم المنصوري، المرجع السابق، ص. 39.

⁴ - BETTATI (CH.) et WILHELM(P.), *La protection des idées publicitaires*, in Légipresse, n° 248, janvier-février, 2008, p. 05.

⁵ - يوسف عودة غانم المنصوري، المرجع السابق، ص. 42.

لقد اعترف المشرع الجزائري صراحة بموجب المادة 04 من الأمر 03-05 السابق ذكره، بهذه المخططات و المسودات كمصنفات فكرية، مما يعني أنها تستحق الحماية، إذا توافرت فيها الشروط القانونية طبقاً لهذا الأمر.

المطلب الثاني : النطاق الشخصي لحق المؤلف على المصنفات الاشهارية

تبرز أهمية دراسة النطاق الشخصي لحق المؤلف على المصنف الاشهاري، في تحديد الشخص الذي تثبت له الحقوق المقررة للمؤلف على هذا المصنف، من أجل حمايته و استغلاله وفقاً للغاية المقصودة منه، و في هذا الصدد سيتم التمييز بين ما إذا كان المصنف الاشهاري فردي أو متعدد المؤلفين.

الفرع الأول : تحديد المؤلف في المصنف الاشهاري الفردي

المصنف الفردي هو ذلك المصنف الذي ينفرد بتأليفه شخص واحد و يستقل بالحقوق المترتبة عليه دون أن يشاركه فيها أحد، سواء كان شخص طبيعي أو معنوي.

أولاً : المؤلف شخص طبيعي

يعد الشخص الطبيعي المبتكر الفعلي للإنتاج الذهني في جميع المصنفات الفكرية المتمتعة بالحماية القانونية لحق المؤلف، بما فيها المصنفات الاشهارية، حيث يتم نسب المصنف إليه و يتمتع بجميع الحقوق التي يقرها قانون حقوق المؤلف.

اعتبر المشرع الجزائري بموجب المادة 12 من الأمر 03-05 سالف الذكر، أن مؤلف المصنف الأدبي هو الشخص الطبيعي الذي أبدعه، و حماية للوضع الظاهر أقامت المادة 13 منه قرينة قانونية - قابلة لإثبات العكس - مفادها أن الشخص الذي يصرح بالمصنف باسمه أو يضعه بطريقة مشروعة في متناول الجمهور أو الذي يقدم تصريحاً باسمه لدى الديوان الوطني لحقوق المؤلف و الحقوق المجاورة، يعد مالكاً لحقوق التأليف.¹

كما أقامت الفقرة الثانية من نفس المادة، قرينة قانونية تقضي بأنه في حالة نشر المؤلف دون إسم مؤلفه فإن الشخص الذي يضع المصنف بطريقة مشروعة في متناول الجمهور، يعد ممثلاً للمالك الحقوق.

¹ - بوراس محمد، النظام القانوني للإشهار عن المنتجات و الخدمات، دراسة تأصيلية للإشهار التجاري، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية مصر، 2014، ص.

ثانياً: المؤلف شخص معنوي

إن المصنف الفكري محل حق المؤلف يربط بالابتكار و الإبداع الذهني وجوداً و عدماً، و هذا ما لا يتصور بالنسبة للشخص المعنوي، و بالرغم من ذلك، اعترف المشرع الجزائري¹ بإمكانية اكتساب هذا الشخص لصفة المؤلف، حيث أورد بعض الحالات التي منحه فيها حقوق المؤلف، و منها حالة المصنف الجماعي²، و حالة المصنف المبتكر من أشخاص عاملين لدى شخص معنوي³، و كذا حالة نشر الشخص المعنوي لمصنف سواء بإسمه أو بدون اسم مؤلفه⁴.

تجب الملاحظة في هذا الصدد، إلى أن الشخص المعنوي لا يكتسب صفة المؤلف بصفة أصلية في كل هذه الحالات التي تمنح له إمكانية التمتع بحقوق المؤلف، مهما كان الدور الايجابي الذي يقوم به لإنجاز المصنف بما يملكه من قدرات مالية و توجيهية، لأنه لم يرقم بالجهد الذهني الذي يبذله المؤلف الفعلي الطبيعي، فهذا الجهد هو الذي يبرز الجانب الإبداعي في شخصية المؤلف الحقيقي، على الجانب المادي المتمثل في التكاليف المالية التي تستلزمها عملية إنتاج المصنف الفكري و نشره⁵.

و من ثم، يمكن القول أن مصطلح المؤلف لا يقتصر فقط على المبتكر الفعلي للمصنف الأشهاري المتمثل في الشخص الطبيعي، بل يتعداه ليشمل الشخص المعنوي كما في الحالات المذكورة أعلاه.

الفرع الثاني: تحديد المؤلف في المصنف الأشهاري الجماعي و المشترك

يقتضي المصنف الأشهاري تدخل عدة مؤلفين يساهم كل واحد منهم في تصميم الإشهار و تجسيده مادياً من أجل إخراجه بشكله النهائي، بدءاً من المعلن و المصمم ثم المخرج وصولاً إلى وكالة الإشهار، الأمر الذي يستلزم تحديد الطبيعة القانونية لهذا المصنف لبيان مدى إمكانية اعتباره من قبيل المصنفات الجماعية أو المشتركة، و من ثم تحديد أصحاب حق المؤلف فيه.

¹ - المادة 2/12 من الأمر رقم 05-03 المتعلق بحقوق المؤلف و الحقوق المجاورة.

² - المادة 3/18 من الأمر رقم 05-03 المتعلق بحقوق المؤلف و الحقوق المجاورة.

³ - المادة 19 من الأمر رقم 05-03 المتعلق بحقوق المؤلف و الحقوق المجاورة.

⁴ - المادة 13 من الأمر رقم 05-03 المتعلق بحقوق المؤلف و الحقوق المجاورة.

⁵ - يوسف عودة غانم المنصوري، المرجع السابق، ص. 68.

أولاً : تحديد المؤلف في المصنف الاشهاري الجماعي

عرفت المادة 18 من الأمر رقم 03-05 المتعلق بحقوق المؤلف و الحقوق المجاورة، المصنف الجماعي بأنه "المصنف الذي يشارك في إبداعه عدة مؤلفين بمبادرة شخص طبيعي أو معنوي و إشرافه و ينشره باسمه"، و قد استلزمت توافر الشروط التالية:

الشرط الأول : تعدد المؤلفين المساهمين في إبداع المصنف الفكري.

الشرط الثاني : يتم إبداع المصنف الفكري بمبادرة شخص طبيعي أو معنوي و تحت إشرافه و إدارته و ينشره باسمه، و ذلك بالقيام بمهمة تنظيم و توجيه و تنسيق عمل المساهمين في إنتاج المصنف الجماعي.¹

الشرط الثالث : إندماج و تداخل عمل المؤلفين المساهمين في إبداع المصنف الفكري دون أن يتحول أيّاً منهم حق مميز في مجمل المصنف المنجز.

و بتوافر الشروط السابقة يتحقق وجود المصنف الجماعي، و من ثم تثبت حقوق المؤلف للشخص الطبيعي أو المعنوي الذي قام بإنتاجه و إنجازه و نشره باسمه، ما لم يكن هناك شرط مخالف.²

و عليه، يمكن إدراج المصنف الاشهاري ضمن المصنفات الجماعية، و هو الوضع الغالب في مجال الإشهار التجاري، حيث يشترك فيه عدة أشخاص من مصورين و رسامين و فنانين و مخرجين و معلقين... تحت إشراف وكالة الإشهار، و تعد هذه الأخيرة مؤلفة للإبداع الاشهاري متى أنتجته و أنجزته و نشرته باسمها.³

أما إذا قام المعلن بالإنتاج و التصميم و الانجاز و وكالة الإشهار بالنشر، ففي هذه الحالة لا يعد ذلك مصنف جماعي و إنما مصنف مركب يخضع لأحكام المادة 14 من الأمر السابق ذكره.⁴

¹ - فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، رقم 409، ص. 453.

² - المادة 3/18 من الأمر 05-03 السالف ذكره.

³ - عبد الفضيل محمد أحمد، المرجع السابق، ص. 128.

⁴ - بوراس محمد، المرجع السابق، ص. 232.

ثانيا : تحديد المؤلف في المصنف الاشهاري المشترك

المصنفات المشتركة هي: " المصنفات التي يشارك في إبداعها و إنجازها عدة مؤلفين، دون أن يخضعوا في عملهم لرقابة أو توجيه أو تنظيم شخص آخر طبيعيا أو معنويا"، بناء على هذا التعريف يصعب إدخال المصنف الاشهاري في إطار المصنفات المشتركة، نظرا لوجود الشخص الموجه و هو وكالة الإشهار.

إن إنجاز المصنف الاشهاري يتم بمبادرة من المعلن الذي يرغب بالإعلان عن منتجاته و خدماته، إلا أن وكالة الإشهار هي التي تحدد المساهمين في إعداد المصنف و توجيههم في إنجازهم، و من ثم فإن تكييف المصنف الاشهاري بأنه مصنف مشترك فيه مساس بحقوق المعلن و وكالة الإشهار، إذ يجردها من الدور المنسق و الموجه الذي يمارسه في إنجاز هذا المصنف.¹

تجد الإشارة إلى أن المشرع الجزائري² قد اعتبر المصنف السمي البصري من المصنفات المشتركة، و أخضعه في نظامها القانوني لمعيار الاشتراك بصرف النظر عن وجود أو عدم وجود الشخص الموجه، كما وضع المشرع قائمة تحدد الأشخاص الذين يتعين عدمهم مشتركين في إنجاز المصنف السمي البصري.³

بناء على ذلك، يمكن للمصنف الاشهاري أن يتخذ وصف المصنف السمي البصري، إذ غالبا ما يتضمن مجموعة من الصور المتتابعة التي تعطي انطباعاً بالحركة عند عرضها، كما هو الحال بالنسبة للأفلام الاشهارية و كذا الرسائل الإعلانية التي يتم بثها عبر الانترنت.⁴

المبحث الثاني : آثار ثبوت حق المؤلف على المصنفات الاشهارية

بتوافر الشرطين السابقين يمنح المشرع⁵ للمصنف الاشهاري الحماية القانونية، مهما كان نوعه و درجة استحقاقه⁶ و طريقة تعبيره¹ و توجيهه²، و كذلك دون اشتراط القيام بإجراءات إدارية معينة، إذ بمجرد تأليفه يحض بالحماية القانونية تلقائياً.³

¹ - يوسف عودة غانم المنصوري، المرجع السابق، ص. 77.

² - المادة 16 من الأمر رقم 05-03 المتعلق بحقوق المؤلف و الحقوق المجاورة.

³ - فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، رقم 406، ص. 450.

⁴ - يوسف عودة غانم المنصوري، المرجع السابق، ص. 80 و 81.

⁵ - المادة 2/03 من الأمر رقم 05-03 سالف الذكر.

⁶ - يقصد باستحقاق المصنف قيمته الثقافية و العلمية، و هي مسألة لا يقدرها القانون و إنما ترجع لأذواق الجمهور.

و يترتب عن ذلك، تمتع مؤلف الإبداع الاشهاري بحقوق ذات طابع مالي تسمى بالحقوق المادية، و أخرى ذات طابع شخصي تسمى بالحقوق المعنوية.

المطلب الأول: الحقوق المادية لمؤلف المصنف الاشهاري

لدراسة الحقوق المادية لمؤلف المصنف الاشهاري، ينبغي بداية إبراز مجموع السلطات التي تثبت للمؤلف على هذا المصنف، ثم تحديد مضمون الحق المادي للمؤلف على مصنفه الاشهاري.

الفرع الأول : سلطات الحق المادي لمؤلف المصنف الاشهاري

يحق لمؤلف المصنف الاشهاري استغلال مؤلفه و الحصول على عائد مالي مقابل ما بذله من جهد ذهني لإنجاز هذا المصنف، و قد حدد المشرع الجزائري⁴ السلطات التي تخولها الحقوق المادية⁵ للمؤلف فيما يلي :

— الحق في استنساخ المصنف الاشهاري في عدة نسخ، من خلال تثبيته على أية دعامة أو وسيلة اشهارية تسمح بإيصاله إلى الجمهور، و استثناءً يسقط هذا الحق في حالات محددة قانوناً تشمل :

1. نقل المصنف لغرض خاص أي عند استنساخه أو تحويله أو ترجمته أو اقتباسه إذا كان للاستعمال الشخصي.⁶

2. نقل المصنف لغرض عام كنقله عن طريق الاقتباس أو الاستعارة، أو نقله لغرض المعارضة و المحاكاة الساخرة و الكاريكاتير⁷ - و التي تهدف إلى جعل المصنف الأصلي محل هزل و ضحك من قبل الجمهور-.

3. نقل المصنف من قبل أجهزة الإعلام لهدف تجاري أو لغرض ثقافي أو قضائي أو إداري.⁸

¹ - سواء كان مكتوباً أو شفويًا أو معبر عنه بأي طريقة أخرى كالصوت أو الحركة أو الصورة.

² - سواء وجه لأغراض تعليمية أو ثقافية أو تجارية أو لصالح المنفعة العامة...

³ - TCHOTOURIAN (I), op. cit., p. 32.

⁴ - المادتين 27 و 28 من الأمر رقم 03-05 سابق الذكر.

⁵ - يتميز الحق المادي للمؤلف بأنه حق مؤقت و قابل للتصرف فيه، و قابل للتنازل عنه.

⁶ - المادة 41 من الأمر 03-05 سالف الذكر.

⁷ - المادة 42 من نفس الأمر.

⁸ - المواد من 45 إلى 51 من ذات الأمر.

- الحق في إبلاغ المصنف الاشهاري إلى الجمهور¹ بأية وسيلة من خلال عرضه و وضعه حيز التداول، و يتم ذلك من خلال إيصاله للجمهور عبر وسائل الإشهار المختلفة للاطلاع عليه.
 - الحق في تحويل المصنف الاشهاري كترجمته و اقتباسه و إعادة توزيعه، و غيرها من التحويلات المدخلة على المصنف، و التي يتولد عنها مصنفات مشتقة من الأصل.²
 - حق التتبع للحصول على نسبة مئوية من ثمن بيع أو إعادة بيع مصنفه الأصلي، و تقدر نسبة مشاركة المؤلف بـ 05% من مبلغ بيع أو إعادة بيع المصنف، لكن هذا الحق خاص فقط بمصنفات الفنون التشكيلية.³
- إن أهم الإشكالات التي تطرحها هذه الحقوق بالنسبة لمؤلف المصنف الاشهاري، هي صعوبة تطبيق الاستثناء الوارد على حق الاستنساخ في النشاط الاشهاري، لأن هذا الاستثناء يمثل حظر على حقوقه المالية.⁴

الفرع الثاني : مضمون الحق المادي لمؤلف المصنف الاشهاري

- تم عملية الإبداع الفعلي في المصنف الفكري من قبل شخص طبيعي، و يعد مؤلفاً لهذا المصنف و متمتعاً بالمزايا و السلطات التي يمنحها له قانون حماية حق المؤلف، بما فيها الحق في الاستغلال المالي للمصنف، فهل تسري هذه القاعدة على المصنف الاشهاري؟
- للإجابة على هذا التساؤل ينبغي التفرقة بين علاقة وكالة الإشهار بالمعلن من جهة، و علاقتها بالمؤلف مصمم المصنف الاشهاري الذي يتعامل معها من جهة أخرى.

¹ - تمتع مجانية المصنف الإشهاري على المؤلف، ممارسة الحق في عرضه للتداول بالتأجير، كما تمتع فصل الحق في الاستنساخ عن الحق في الوضع للتداول، لأنها حقان مترابطان لا يمكن فصل أحدهما عن الآخر، لذلك لا يمكن لمؤلف هذا المصنف أن يتنازل عن حقه في استنساخه دون أن يكون مصحوباً بالتنازل عن حقه في وضع المصنف للتداول.

² - فاضلي إدريس، المدخل إلى الملكية الفكرية، الملكية الأدبية و الفنية و الصناعية، ديوان المطبوعات الجامعية، 2007، ص. 122.

³ - شريقي نسرين، المرجع السابق، ص. 48.

⁴ - بوراس محمد، المرجع السابق، ص. 228.

أولا : علاقة وكالة الإشهار بالمعلن

مهما كان المركز القانوني لوكالة الإشهار في علاقتها مع المعلن سواء كانت سمسار له أو مقاول أو وكيل عادي أو وكيل بالعمولة، تلتزم هذه الوكالة إتجاه المعلن بإنجاز المصنف الاشهاري و وضعه تحت تصرفه لغرض استعماله في الترويج لمنتجاته و خدماته، بناء على ذلك، تعد وكالة الإشهار في هذه العلاقة هي المؤلف للإبداع الاشهاري، و أي شرط يقضي بنقل حقوق التأليف المعنوية إلى المعلن يعد باطلا، لكن يبقى للمعلن حق استغلال المصنف الاشهاري حسبما قضت به المادة 19 من الأمر 03-05 السابق ذكره.

ثانيا : العلاقة بين وكالة الإشهار و المؤلف

تستأثر وكالة الإشهار بمباشرة الحقوق المالية للمصنف الاشهاري، متى إتخذت صفة الشخص الموجه في المصنف الجماعي إذا أنتجتته و أنجزته و نشرته باسمها، دون الحاجة إلى التنازل من الأشخاص المساهمين في إنجاز هذا المصنف (المؤلفين)، و تستمد هذا الحق في الاستغلال المالي مباشرة بنص القانون¹، و من ثم يجوز لها التصرف بذلك المصنف بأية وسيلة تراها مناسبة لحسن استغلاله مادياً.²

و إذا تم إنجاز المصنف الاشهاري في إطار المصنفات المشتركة، التي يشارك في إبداعها و إنجازها عدة مؤلفين، دون أن يخضعوا في عملهم لرقابة أو توجيه أو تنظيم شخص آخر طبيعياً أو معنوياً، فتعود حقوق ملكية المصنف المشترك إلى جميع مؤلفيه و تمارس ضمن الشروط المتفق عليها، و إذا لم يتم الاتفاق تطبق أحكام حالة الشيوخ.³

أما استغلال المصنف فيكون لوكالة الإشهار وحدها ما لم يكن هناك شرط مخالف⁴ و بذلك، يعد كل من شارك في إنجاز الإبداع الاشهاري كالمصور و الرسام و المصمم، مؤلفاً له و محتفظاً بحقوق ملكيته، و ليس للوكالة سوى الاستغلال المادي للعمل.⁵

¹ - المادة 18 من الأمر رقم 03-05 المتعلق بحقوق المؤلف و الحقوق المجاورة.

² - يوسف عودة غانم المنصوري، المرجع السابق، ص. 85.

³ - المادة 15 من الأمر 03-05 السالف ذكره.

⁴ - المادة 19 من الأمر 03-05 المذكور أعلاه.

⁵ - TCHOTOURIAN (I), op. cit., p. 32.

علاوة على ذلك، يمكن لوكالة الإشهار التمتع بحقوق الاستغلال المالي للمصنف الاشهاري بصفة مباشرة إذا اتخذ هذا المصنف وصف المصنف الاشهاري السمي البصري.¹

وإذا تم إنجاز المصنف الاشهاري في إطار المصنفات المركبة، فيعد مؤلفها الشخص الذي أبدعها لكن مع مراعاة حقوق المصنف الأصلي، فغالبا ما ترتبط وكالة الإشهار التي تبتكر المصنف المركب من خلال العاملين لديها مع مؤلف المصنف الأصلي بعقد يخول لها تحوير و تغيير هذا المصنف مقابل حصول مؤلفه على عمولة تتمثل غالبا في نسبة من الأرباح المحققة.²

أما إذا كان المصنف فردي يستقل بتصميمه شخص واحد (مؤلف) فقط، فإن الأمر يختلف باختلاف مركز هذا المؤلف (مصمم الإشهار) في علاقته مع وكالة الإشهار و فيما إذا كان عاملاً لديها أم مستقلاً عنها.

1- المؤلف العامل لدى وكالة الإشهار:

غالبا ما ترتبط وكالة الإشهار مع عدة أشخاص لإنجاز الإشهار التجاري بعقود عمل، بحيث يناط لكل واحد منهم مهمة إنجاز جزء معين منه، سواء كان مصمم أو رسام أو فنان أو مصور أو معلق... إلخ، ليخرج في الأخير الإشهار التجاري للجمهور.

يعد المؤلف في هذه الحالة عامل أو مستخدم بموجب عقد عمل يلتزم بمقتضاه بتصميم الإشهار بناء على طلب من وكالة الإشهار (رب العمل أو المستخدم) مقابل أجر محدد،³ و هنا يثور التساؤل حول مصير الحقوق المالية، فهل تؤول لمؤلف المبتكر للمصنف الاشهاري أم إلى وكالة الإشهار باعتبار أن هذا المصنف قد نشأ في نطاق تنفيذ المؤلف لعقد العمل لديها؟

لقد أقر المشرع الجزائري صراحة بتملك رب العمل للحقوق المالية المرتبطة بالمصنف الفكري، و عليه تثبتت هذه الحقوق مباشرة بحكم القانون⁴ على المصنف الاشهاري لوكالة الإشهار التي يعمل لديها المؤلف.

¹ - يوسف عودة غانم المنصوري، المرجع السابق، ص. 80 و 81.

² - بوراس محمد، المرجع السابق، ص. 231.

³ - FERRY-MACCARIO (N), *Droit du marketing*, Pearson Education France, 2008, p. 95.

⁴ - المادة 19 من الأمر رقم 05-03 المتعلق بحقوق المؤلف و الحقوق المجاورة.

و بذلك يتضح أن المشرع الجزائري قد منح لرب العمل (وكالة الإشهار) بالنسبة للمصنفات المنجزة مقابل أجر في إطار عقد العمل، الحقوق المادية فقط دون الحقوق المعنوية التي أبقاها حكراً على المؤلف الحقيقي، شرط عدم وجود اتفاق يقضي بخلاف ذلك.¹

2- المؤلف المستقل عن وكالة الإشهار:

قد تتعاقد وكالة الإعلان مع شخص مستقل عنها من أجل تصميم بعض الاشهارات التجارية، و يأخذ هذا العقد المبرم بينها عادة وصف عقد المقاولة، و يعد في هذه الحالة مصمم الإشهار في مركز المقاول الذي يمارس عمله لحساب الوكالة (رب العمل) دون أن يكون خاضعاً لإشرافها و رقابتها.

فإذا أنجز المصمم المصنف الاشهاري بناء على طلب وكالة الإشهار، تتولى هذه الأخيرة ملكية حقوق المؤلف في إطار الغرض الذي أنجز من أجله، ما لم يوجد شرط يقضي بخلاف ذلك²، و من ثم، يمكن القول أنه يجوز لوكالة الإشهار طالبة العمل في إطار عقد مقاولة، استخدام و استغلال أعمال مصممي المصنفات الاشهارية (المؤلفين المستقلين) لحسابها.

تجب الملاحظة، إلى أنه يجوز لمالك الحقوق المادية التنازل عنها للغير، و طبقاً للمادة 62 من الأمر رقم 03-05 سابق الذكر يتم هذا التنازل بموجب عقد مكتوب³، استثناء من ذلك يمكن عند الحاجة إبرام العقد بواسطة تبادل رسائل أو بقرقيات تحدد الحقوق المادية المتنازل عنها وفقاً لأحكام المادة 65 من ذات الأمر، مع مراعاة الأحكام الخاصة بتنازل القصر عن هذه الحقوق المقررة في المادة 63 من الأمر المذكور أعلاه.⁴

و في إطار الإشهار التجاري يمكن أن يبرم عقد التنازل عن الحقوق المادية بين وكالة الإشهار و المعلن أو مصمم الإشهار التجاري، أو بين المعلن و مصمم الإشهار التجاري، و يتم التنازل عن الحقوق المادية بموجب عقد

¹ - يوسف عودة غانم المنصوري، المرجع السابق، ص. 89 و 90.

² - المادة 20 من الأمر رقم 03-05 سابق الذكر.

³ - نظم الأمر رقم 03-05 المتعلق بحقوق المؤلف و الحقوق المجاورة، بعض عقود التنازل عن الحقوق المادية و هي عقد النشر في المواد من 84 إلى 98 منه، و كذا عقد رخصة الإبلاغ إلى الجمهور في المواد من 99 إلى 106.

⁴ - شريقي نسرين، المرجع السابق، ص. 55.

مستقل أو بإيراده ضمن بنود العقد الأساسي المبرم بين المؤلف و الغير سواء كان عقد عمل أو مقاوله أو سمسة أو وكالة تجارية أو وكالة بالعمولة.¹

و بعد إتمام عملية التنازل يدخل المصنف حيز الاستغلال، ويكون للمؤلف مكافئة نظير هذا التنازل تتناسب مع الإيرادات التي يحققها المصنف الاشهاري، و نظرا لصعوبة تحديدها غالبا ما يتم تطبيق المكافئة الجزافية، لكن هذا التقدير الجزافي للمكافئة يؤدي إلى المساس بمصلحة المؤلف نتيجة هذا التقدير غير العادل.

المطلب الثاني : الحقوق المعنوية لمؤلف المصنف الاشهاري

يعتبر الحق المعنوي² من الحقوق الملاصقة لشخصية المؤلف، و قد اعترف المشرع الجزائري للمؤلف بهذا الحق من خلال تقرير جملة من السلطات التي تثبت له على نتاجه الذهني، و التي تعطيه الحق في حماية شخصيته التي تجلت في إنتاجه الفكري، و لبيان مضمون هذا الحق بالنسبة للمصنف الاشهاري، ينبغي إبراز مدى إمكانية مؤلفها في ممارسة تلك السلطات في إطار هذا المصنف، والإشكالات المترتبة عن ذلك.

الفرع الأول : سلطات الحق المعنوي لمؤلف المصنف الاشهاري

يمنح الحق المعنوي لمؤلف المصنف الاشهاري العديد من السلطات³ تتمثل في :

— الحق مؤلف الإشهار التجاري في الكشف عن مصنفه وإخراجه للعلن عن طريق عرضه أو نشره عبر مختلف وسائل الإشهار المختلفة سواء كانت تقليدية أو الكترونية، و كذا حقه في تقرير عدم نشر مصنفه.

— الحق في نسب مصنفه الاشهاري إليه كذكر اسمه العائلي أو اسم مستعار عليه، و كذا على دعائم هذا المصنف الملائمة.⁴

— الحق في سحب المصنف الاشهاري من التداول أو وقف بثه أو نشره عبر وسائل الإشهار، و يعتبر هذا الحق نتيجة طبيعية لحق المؤلف في تقرير نشر مصنفه.

¹ - FERRY-MACCARIO (N), op. cit., p. 96.

² - يتميز الحق المعنوي للمؤلف بأنه حق غير مالي يتصل بشخصية المؤلف، و هو حق مؤبد و لا يجوز التصرف فيه، و غير قابل للتنازل عنه.

³ - المواد من 22 إلى 26 من الأمر رقم 05-03 المذكور سابقا.

⁴ - فاضلي إدريس، المرجع السابق، ص. 111.

الحق في احترام سلامة المصنف الاشهاري و عدم الاعتداء عليه، و ذلك من خلال الاعتراض على أي تعديل أو تشويه له، أو المساس بشرفه أو بسمعته أو بمصالحه المشروعة.

الفرع الثاني : إشكالات تطبيق الحق المعنوي للمؤلف على المصنف الاشهاري

يتمتع مؤلف المصنف الاشهاري من الناحية النظرية بجميع السلطات التي يمنحها الحق المعنوي للمؤلف، غير أن الواقع العملي يعكس صورة مغايرة في تطبيق هذا الحق، و ذلك على النحو التالي:

أولا : الحق في تقرير نشر المصنف الاشهاري

غالبا ما تكون الممارسة الفعلية لحق تقرير عرض المصنف الاشهاري و تحديد طريقة نشره لوكالة الإشهار أو المعلن، حتى و إن لم يقرر ذلك المؤلف الفعلي الذي يقتصر دوره على ضرورة إتمام المصنف الاشهاري الذي كلف بانجازه و تسليمه إلى الوكالة أو المعلن عندما يطلب منه ذلك.

و يظهر ذلك في المصنفات الاشهارية لاسيا تلك التي يتعدد فيها المؤلفون، كما في حالة المصنف الجماعي الذي تثبت فيه حقوق المؤلف للشخص الموجه سواء كان وكالة الإشهار أو المعلن، بحيث لا يعد انتهاكا لحقوق المؤلف المعنوية قيام الشخص الموجه بتقرير نشر المصنف الاشهاري، ذلك لأن المشرع هو الذي منحه مثل هذا الحق، و نفس الحكم يسري على المصنفات الاشهارية السمعية البصرية التي يخول فيها الشركاء للمنتج (وكالة الإشهار) سلطة تقرير النشر.¹

غير أنه من الممكن تصور انتهاك لحقوق المؤلف المعنوية في حالة قيام المعلن بتقرير نشر المصنف الاشهاري الجماعي، رغم اتخاذ الوكالة صفة الشخص الموجه و عدم موافقتها على ذلك النشر.

ثانيا : الحق في سحب المصنف الاشهاري

تطرح ممارسة هذا الحق صعوبات كبيرة في إطار الإشهار التجاري، قد يجعل من ممارسته أمرا متعذرا إن لم يكن مستحيلا، حيث إذا أراد المؤلف استخدام حقه بسحب المصنف الاشهاري يلزم بدفع تعويض مالي عادل يغطي ما لحق المعلن من خسارة فعلية و ما فاته من كسب، و هذا التعويض - الناتج عن حرمان المعلن من

¹ - يوسف عودة غانم المنصوري، المرجع السابق، ص. 113.

الاستمرار في استغلال المصنف الاشهاري - الذي يترتب عنه ضرر كبير بالمصالح التجارية للمعلن، غالباً ما يصعب سداً نظراً لضخامته.

كذلك، إذا تم نشر المصنف الاشهاري عبر الانترنت فإن ذلك يزيد من صعوبة استعمال المؤلف لهذا الحق، لأن شبكة الانترنت بطبيعتها تساعد على إيصال المصنف بشكل نهائي إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور، و بذلك لا يمكن إرجاع الحال إلى ما كان عليه قبل النشر حتى وإن سحب المصنف أو تم إلغاء موقع الويب الذي نشر المصنف من خلاله.¹

ثالثاً: الحق في الأبوة

يعطي الحق المعنوي للمؤلف السلطة في نسب مصنفه الذي ابتكره إليه وحده، و هو ما يعرف بالحق في الأبوة، و يطبق هذا الحق على جميع المصنفات بما فيها المصنف الاشهاري،² فإذا كان المصنف منفرداً لزم الإشارة إلى اسم المؤلف الذي صمّم الإشهار التجاري، و إذا اتخذ شكل المصنف المشترك لاسيما في صورة المصنف السمعي البصري عندها ينبغي ذكر جميع المشتركين في إنجاز المصنف الاشهاري، أما إذا اتخذ شكل المصنف الجماعي - و هو الوضع الغالب - فيجب أن ينسب إلى الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي قام بالتوجيه و الإشراف على انجازه، و طالما أن وكالة الإشهار هي التي تقوم بهذه المهمة في أغلب الأحيان، فينبغي أن يذكر اسمها على المصنف الاشهاري الجماعي.

غير أنه من الناحية العملية نادراً ما يُشار إلى إسم المؤلف على المصنفات الاشهارية، الأمر الذي يدفع للتساؤل عن مدى احترام حق الأبوة في إطار هذه المصنفات؟ و هل تعد طبيعة الاشهارات التجارية - لاسيما عدم توافر المساحة الكافية لذكر جميع المؤلفين في حالة تعددهم - سبباً كافياً لحرمان المؤلف من حقه في الأبوة؟

لقد أجازت الفقرة 2 من المادة 13 من الأمر رقم 03-05 المتعلق بحقوق المؤلف و الحقوق المجاورة، للمؤلف نشر مصنفه دون ذكر اسمه الحقيقي أو المستعار عليه، بمعنى حقه في أن يبقى اسمه مغفلاً³، و مراعاة لخصوصية الاشهارات التجارية، لا تشكل موافقة المؤلف على عدم ذكر اسمه على مصنفه الاشهاري تعديلاً على

¹ - يوسف عودة غانم المنصوري، المرجع السابق، ص. 119 و 120.

² - VINCENT (J), Droit des arts visuels, contrats d'auteurs, Coll. Lamy Axe Droit, Wolters Kluwer France, 2010, p. 33.

³ - شريقي نسرين، المرجع السابق، ص. 36.

حقه في الأبوة، كما لا تعد تنازلا عن حقه المعنوي في نسب مصنفه إليه، لذلك فلا يجوز للغير التعدي على هذا الحق.¹

و من ثم، يمكن القول أن المؤلف في المصنفات الاشهارية يتمتع بالحق في الأبوة، حتى بعد انتقال الحقوق المادية إلى الغير، مما يقتضي الإشارة إلى اسمه سواء الحقيقي أو المستعار، و لا يجوز إغفال ذكر المؤلف إلا تم الاتفاق معه على ذلك.

رابعا : الحق في احترام المصنف الاشهاري

لقد اعترف المشرع الجزائري للمؤلف بالحق في احترام سلامة مصنفه من أي اعتداء يقع عليه، و ذلك من خلال الاعتراض على أي تعديل أو تشويه أو المساس بسمعته و شرفه²، لكن من الناحية العملية يصطدم هذا الحق بمقتضيات الاستغلال الاقتصادي لاسيما في إطار المصنفات الاشهارية، و التي تعرض هذا الحق إلى العديد من الانتهاكات أهمها قيام المعلن أو وكالة الإشهار بتحويل معنى المصنف أو طبيعته من خلال تغيير الألوان أو زيادة الصور أو إضافة الإشارات و الرموز و النصوص الاشهارية و غيرها، دون استئذان المؤلف في ذلك، مما يشكل مساسا بسلامة المصنف³، فما مدى إمكانية تمسك المؤلف بالحق في احترام مصنفه الاشهاري لاسيما إزاء تمتع المعلن أو وكالة الإشهار بحقوق الاستغلال المادي لهذا المصنف؟

في الواقع، ترجع هذه الصعوبات العملية إلى الغاية الأساسية من المصنف الاشهاري و التي تكمن في الترويج للسلع و الخدمات بما يتناسب مع أذواق المستهلكين و مواكبة التطورات التي يفرضها السوق، مما يتطلب من المعلن ضرورة إجراء بعض التعديلات التي يراها مناسبة على إشهاراته التجارية من فترة لأخرى، دون الرجوع إلى المؤلف تفاديا للماطلة أو تعسفه في إعطاء الترخيص بالتعديلات المقترحة.

و لتجنب هذه الصعوبات، يمكن للمعلن الاتفاق مع المؤلف حول التعديلات التي يسمح للمعلن القيام بها دون الحاجة للرجوع إلى المؤلف، و تلك التي يمتنع عليه القيام بها دون الرجوع إليه.

¹ - يوسف عودة غانم المنصوري، المرجع السابق، ص. 124.

² - عجة الجيلالي، المرجع السابق، ص. 295.

³ - VINCENT (J), op. cit., p. 34.

و بذلك، يتضح أنه لا يجوز لمالك حقوق الاستغلال المادي للمصنف الاشهاري (المعلن أو وكالة الإشهار) إدخال أي تعديل على هذا المصنف بالحذف أو الإضافة أو التحويل إلا بعد موافقة المؤلف على ذلك، و إذا قام المالك بها دون رضا المؤلف عد ذلك تعدياً على حق المؤلف المعنوي.¹

خاتمة:

يمثل الابتكار أو الإبداع أحد أهم العوامل الجوهرية التي يرتكز عليها في تصميم الإشهار التجاري، فهو يعد بمثابة الجانب التطبيقي الذي يساهم في إنجاح الإشهار التجاري، و بالتالي الزيادة من مبيعات المعلن.

و من هنا تظهر ازدواجية الطبيعة القانونية للإشهار المتمثلة في كونه تقنية تجارية من جهة و إبداع فكري من جهة أخرى، هذه الطبيعة الخاصة أدت إلى إمكانية حماية هذا النوع من الإبداعات بموجب قانون حقوق المؤلف متى تجسدت في شكل واقعي ملموس، و توافرت فيها الأصالة.

و عليه، متى تمتع الإبداع الإشهاري بوصف المصنف، كان لمبدعه عليه جميع المزايا و السلطات التي يقررها الأمر 03-05 المتعلق بحقوق المؤلف و الحقوق المجاورة، و من ثم يمنح له حقوق مادية و أخرى معنوية، و بالرغم من الحماية التي يكفلها هذا الأمر للمصنفات الإشهارية، إلا أن طبيعتها الخاصة تطرح بعض الإشكالات في تطبيق الحقوق المادية و المعنوية للمؤلف عليها.

فبالنسبة لحقوق المؤلف المادية، و خاصة في حالة تعدد وتنوع الأطراف المساهمة في العملية الإبداعية للمصنفات الإشهارية، قيد المشرع الجزائري - سواء كانت العلاقة القانونية التي تربط المؤلف بالغير (وكالة الإشهار أو المعلن) في صورة عقد العمل أو عقد المقاولة - استغلال حقوق المؤلف بالغرض الذي أنجز من أجله المصنف، و أيضاً بقيد عدم اتفاق الأطراف على خلاف ذلك.

و ينتقل حق الاستنساخ في مجال الإشهار إلى الوكالة الإشهارية أو إلى المعلن لاستغلال المصنف، لكنه يطرح صعوبة في تطبيق الاستثناءات الواردة عليه لكونها تمثل حظر على حقوق الوكالة أو المعلن المالية.

أما فيما يخص الحقوق المعنوية، فيعرف حق الأبوة في مجال الإشهار التجاري تقييدا يتعلق بطبيعة الدعامات الإشهارية التي لا تسمح بالإشارة إلى جميع المؤلفين، كما يتضمن الحق في سلامة المصنف هو الآخر تقييدا يتمثل

¹ - يوسف عودة غانم المنصوري، المرجع السابق، ص. 125 و 126.

في كون المصنفات الإشهارية خاضعة دائماً لضرورة التعديل المستمر لجعلها تتلاءم وأذواق الجمهور مما يؤدي بالمساس بسلامة المصنف.

كذلك الحق في الكشف يمارس من قبل أشخاص آخرين غير المؤلفين الفعليين وهم عادة المعلن و الوكالة الإشهارية، و أيضاً يصعب ممارسة الحق في السحب في مجال الإشهار لأنه يستوجب التعويض العادل، وهو في الغالب يتجاوز قدرة المؤلف في هذا المجال، و نتيجة لكل هذه الإشكالات يتضح أن قانون حق المؤلف لا يكفل حماية فعالة للمؤلف على مصنفه الاشهاري.

قائمة المصادر و المراجع:

1- النصوص القانونية :

- الأمر رقم 58-75 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 يتضمن القانون المدني المعدل و المتمم.
- الأمر رقم 05-03 الصادر في 19 جويلية 2003 المتعلق بحقوق المؤلف و الحقوق المجاورة، ج.ر.، 23 جويلية 2003، العدد 44، ص. 03-22.

2- المراجع باللغة العربية:

- أحمد أنوار ناجي، الحماية القانونية لحق المؤلف في التشريع المغربي، مجلة الحقوق المغربية، العدد 11، وجدة، المغرب، 2011.
- أنطوان الناشف، الإعلانات والعلامات التجارية بين القانون والاجتهاد، دراسة تحليلية شاملة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 1999.
- بوراس محمد، النظام القانوني للإشهار عن المنتجات و الخدمات، دراسة تأصيلية للإشهار التجاري، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية مصر، 2014.
- شريقي نسرين، حقوق الملكية الصناعية، حقوق المؤلف و الحقوق المجاورة، حقوق الملكية الصناعية، سلسلة مباحث في القانون، دار بلقيس، 2014.

- فاضلي إدريس، المدخل إلى الملكية الفكرية، الملكية الأدبية و الفنية و الصناعية، ديوان المطبوعات الجامعية، 2007.
- فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، الحقوق الفكرية، حقوق الملكية الصناعية و التجارية، حقوق الملكية الأدبية و الفنية، سلسلة قانون الأعمال، ابن خلدون، الطبعة الثانية، 2006.
- عبد الفضيل محمد أحمد، الإعلان عن المنتجات والخدمات من الوجهة القانونية، دار النهضة العربية، الطبعة الأولى، 1991.
- عجة الجيلالي، أزمات حقوق الملكية الفكرية، دار الخلدونية، الجزائر، 2012.
- يوسف عودة غانم المنصوري، التنظيم القانوني للإعلانات التجارية عبر الإنترنت، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة الأولى، 2015.

3- Les ouvrages en langue française :

- BETTATI (CH.) et WILHELM(P.), *La protection des idées publicitaires*, in Légipresse, n° 248, janvier-février, 2008.
- CORONE (F), *La protection des créations publicitaires*, LEGICOM n° 03, 1994.
- FERRY-MACCARIO (N), *Droit du marketing*, Pearson Education France, 2008.
- TCHOTOURIAN (I), *Droit de la publicité et de la promotion des ventes en matière de presse écrite*, Edi. Publibook, 2004.
- VINCENT (J), *Droit des arts visuels, contrats d'auteurs*, Coll. Lamy Axe Droit, Wolters Kluwer France, 2010.