كلية الحقوق

قسم القانون التجاري

بحث بعنوان

المسؤوليّة المدنيّة للمُعلِن عن الإعلان التجاري الإلكتروني الكاذب أو المضلل "دراسة مقارنة"

إعداد الباحثة

ختام السليحات

إشراف الأستاذ الدكتور

أحمد السيد لبيب

أستاذ ورئيس قسم القانون التجاري

٢٠٢٤م

المقدمة.

المُعلن هو الجهة الرئيسية المسؤولة أمام المستهلك المتضرر، سواء كان فرداً أو جماعة، حيث يتم الإعلان على مسؤولية المُعلن. ويتحمل المُعلن المسؤولية المدنية عن التعويض تجاه المتضرر.

فإذا احتوى الإعلان على بيانات كاذبة بشأن السلعة ووجه إلى المستهلك النهائي، فإن المُعلن يتحمل المسؤولية تجاهه عن نشر إعلانات كاذبة أو مضللة، تهدف إلى خداع المستهلكين ودفعهم إلى شراء سلع وخدمات لا يحتاجونها، مما يؤدي إلى تجاهل سلع وخدمات أخرى أفضل جودة. وتتحقق مسؤولية المُعلن حتى لو لم يحدث الخداع بالفعل بسبب الإعلانات الكاذبة أو المضللة، حيث يكفي أن تكون هذه الإعلانات قادرة على تحقيق ذلك التأثير [١].

ووفقاً للمادة ١٢١/١ من قانون الاستهلاك الفرنسي، يُحظر أي إعلان يتضمن ادعاءات أو بيانات أو عروض كاذبة بأي شكل كان، أو من شأنها الإيقاع في الخطأ. هذا النص العام يشمل جميع الإعلانات على الإنترنت، وبالتالي فإن موقع الإنترنت، الشريط الإعلاني، الأيقونة، أو البريد الإلكتروني يمكن أن يخضعوا لأحكام المادة ١٢١/١ من قانون الاستهلاك إذا كان محتواهم ينطبق عليه وصف الإعلان الكاذب أو المضلل. [٢].

والإعلان الكاذب هو الإبلاغ عن شيء بخلاف حقيقته، حيث يعتبر الكذب عملًا ماديًا يهدف إلى الخداع. يكفي أن يكون محتوى الإعلان كاذبًا بغض النظر عن نية المُعلن سواء كانت حسنة أم سيئة. [٣].

---

[١] د. سعاد حسان دواجي، المسؤولية المدنية والجزائية عن الإعلان الإلكتروني، رسالة دكتوراه، جامعة وهران – ٢، الجزائر، ٢٠١٩، ص٢٤١؛ د. بسام فنوش الجنيد، المسؤولية المدنية عن الإعلانات التجارية عبر الإنترنت، رسالة دكتوراه، جامعة عين شمس، القاهرة، مصر، ٢٠١٦، ص٢٨٦.

[2] FERAL-SCHUHL(CH): Cyber Droit. Le droit a L'epreuve de L'internet, ed Dalloz Dunod, 3e ᵉed, 2002, p.269.

[٣] د. بتول صراوة عبادي، التضليل الإعلاني التجاري وأثره على المستهلك، دراسة قانونية، ط٢، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ٢٠١٦، ص١٦٦.

وعرفه المشرع الفرنسي فى قانون الاستهلاك في المادة (١٢١/١)، بأنه: "أي إعلان بأي شكل يتضمن ادعاءات أو بيانات أو تقديمات أو مؤشرات كاذبة أو من شأنها أن توقع في الخطأ، إذا كانت تتعلق بوجود السلعة أو الخدمة، طبيعتها، تكوينها..." [٤].كما عرفه التوجيه الصادر في ٨ يونيو لعام ٢٠٠٠ في المادة (٦) منه بأنه: "يجب أن يكون الإعلان شفافًا وأمينًا ولا يتضمن أية معلومات كاذبة أو مضللة، ويجب على المُعلن تحديد هويته" [٥].

ويُصاغ الإعلان بأسلوب مبهم يثير اللبس، مما يؤدي إلى تضليل المستهلك ووقوعه في الخطأ، دون أن يتضمن بالضرورة بيانات كاذبة. لذا، يُعتبر الإعلان المضلل نوعاً وسطاً بين الإعلان الصادق والإعلان الكاذب[٦].

إشكالية البحث:

تكمن مشكلة هذا البحث في تحليل مدى قيام المسؤولية المدنية للمُعلن كأحد الأشخاص المتورطين في نشر الإعلانات التجارية الإلكترونية الكاذبة أو المضللة، وذلك نتيجة لما تحتويه هذه الإعلانات من معلومات وبيانات غير مشروعة يتم نشرها عبر شبكة الإنترنت، نتيجة إخلال المُعلن بالتزاماته القانونية ومخالفته لشروط مشروعية هذه الإعلانات. كما يسعى البحث إلى تقييم مدى فعالية التشريعات محل الدراسة (المصرية والأردنية والفرنسية) في تمكين التاجر المُعلن من الترويج لمنتجاته، وفي نفس الوقت حماية المستهلك من الإعلانات التجارية الإلكترونية الكاذبة أو المضللة.

---

[٤] المادة ١/١٢١ من قانون الاستهلاك الفرنسي رقم ٩٣/٩٤٩ الصادر في ٢٦ يوليو ١٩٩٣، موجود باللغة العربية على موقع الويبو، على الرابط الإلكتروني التالي:

https://www.wipo.int.

[٥] أنظر المادة (٦) من التوجيه الأوروبي الصادر في ٨ يونيه لعام ٢٠٠٠ الخاص بالتجارة الإلكترونية، موجود باللغة العربية على موقع الويبو، على الرابط الإلكتروني التالي:-

https://www.wipo.int.

[٦] د. يوسف عودة غانم المنصوري، التنظيم القانوني للإعلانات التجارية عبر الإنترنت، ط٢، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ٢٠٢٠، ص٢٢٩؛ د. سعاد حسان دواجي، مرجع سابق، ص٤٤.

تساؤلات البحث:

يتفرع عن مشكلة هذه الدراسة عدد من التساؤلات الفرعية المتمثلة في:

- ما مدى مسؤولية المعلن العقدية عن الإعلانات التجارية الإلكترونية الكاذبة أو المضللة؟
- ما مدى مسؤولية المعلن التقصيرية عن الإعلانات التجارية الإلكترونية الكاذبة أو المضللة؟
- ما مدى مسؤولية المعلن الموضوعية عن الإعلانات التجارية الإلكترونية الكاذبة أو المضللة؟

أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث في تحديد نطاق مسؤولية المعلن عن محتوى الرسائل الإلكترونية الإعلانية التجارية غير الدقيقة. كما تسعى الدراسة إلى استكشاف القواعد فى القوانين التشريعية الخاصة بالإعلانات عبر الإنترنت، والقوانين المطبقة على أشكال أخرى من الإعلانات مثل الصحف، الإذاعة، التلفزيون، والوسائط السمعية والبصرية، والتي يمكن أيضاً تطبيقها على الإنترنت.

بالإضافة إلى ذلك، يتناول البحث كيفية تطبيق القضاء للقواعد العامة على النزاعات المتعلقة بالمُعلن في سياق الإعلانات التجارية الكاذبة أو المضللة عبر الإنترنت.

منهجية البحث:

تتطلب دراسة "المسؤولية المدنية للمُعلن عن الإعلانات التجارية الإلكترونية الكاذبة أو المضللة" تنوعاً في المناهج البحثية نظراً لحداثة الموضوع وعدم تنظيمه التشريعي في الدول العربية. بناءً على ذلك، تعتمد الدراسة على المناهج التالية:

١. **المنهج الوصفي:**

سيتم استخدام هذا المنهج لوصف المسائل الفنية والقانونية المتعلقة بموضوع البحث. يتضمن ذلك استعراض النصوص القانونية الخاصة بالتشريعات المصرية والأردنية، بالإضافة إلى التشريعات المقارنة مثل الفرنسية، وذلك تمهيداً لمحاولة تطبيق القواعد العامة عليها أو ردها إلى أصل قانوني موحد.

٢. **المنهج التحليلي:**

سيتبع هذا المنهج لتحليل كل جزئية من الموضوع بشكل مفصل وتحليل الاتجاهات الفقهية والأحكام القضائية ذات الصلة.

٣. **المنهج المقارن:**

نظراً لحداثة موضوع الدراسة وعدم تنظيمه الكافي في التشريعات العربية، ستعتمد الدراسة على منهج المقارنة مع تشريعات دولية أخرى، مثل القوانين الفرنسية والأمريكية، والتوجيهات الأوروبية. يهدف هذا المنهج إلى استعراض كيفية معالجة هذه المسائل في نظم قانونية أخرى

خطة البحث.

١. **المبحث الأول: المسؤولية العقدية والتقصيرية للمُعلن**

- **المسؤولية المدنية بصفة عامة وأنواعها.**
- **المسؤولية العقدية** :سيتم بحث المسؤولية العقدية للمُعلن إذا كانت الإعلانات تشكل إيجاباً يتطلب التزاماً تعاقدياً.
- **المسؤولية التقصيرية** :سيتم دراسة المسؤولية التقصيرية للمُعلن في الحالات التي تشكل دعوة للتعاقد أو للتفاوض، والتزامه بالمعايير القانونية لتجنب المسؤولية.

٢. **المبحث الثاني: المسؤولية الموضوعية للمُعلن**

- سيتم بحث المسؤولية الموضوعية للمُعلن في الحالات التي تتضمن فيها الإعلانات منتجات معيبة أو خطرة، وبيان كيف تؤثر هذه المسؤولية على حماية المستهلك.

٣. **المبحث الثالث: طرق تقدير التعويض**

- سيتم تحليل طرق تقدير التعويض عن مسؤولية المُعلن الإلكتروني بشأن الإعلانات التجارية الكاذبة أو المضللة، بما في ذلك الأسس القانونية والعملية لتقييم الأضرار وتحديد التعويض المناسب.

المبحث الأول

مسؤولية المعلن العقدية والتقصيرية عن الإعلانات التجارية الإلكترونية الكاذبة أو المضللة

إذا كان الإعلان يفتقر إلى الشروط الأساسية للتعاقد، مثل عدم تحديد أسعار السلع والخدمات أو عدم وضوح المعلومات الجوهرية المتعلقة بالتعاقد، فإن هذا الإعلان لا يُعتبر إيجاباً بل يُعد دعوة للتعاقد أو للتفاوض[٧].

تتيح قواعد القانون المدني العامة للمستهلك الذي يتعرض لإعلانات الإنترنت الكاذبة أو المضللة أن يطالب المُعلن بتسليم منتج مطابق لما تم الإعلان عنه، إذا تم التعاقد بناءً على تلك الإعلانات، وذلك من خلال دعوى التنفيذ العيني. بالإضافة إلى ذلك، يمكن للمستهلك إقامة دعوى تدليس بسبب الكذب أو التضليل الذي استخدمه المُعلن في تلك الإعلانات، مما أدى إلى وقوع المستهلك في اللبس أو الخطأ، وبالتالي المطالبة بإبطال العقد.

سوف أتناول هذا المبحث في ثلاثة مطالب:

١. **المطلب الأول:** مفهوم المسؤولية المدنية وأنواعها.
٢. **المطلب الثاني:** مسؤولية المُعلن العقدية.
٣. **المطلب الثالث:** مسؤولية المُعلن التقصيرية.

---

[٧] د. شريف محمد غنام، التنظيم القانوني للإعلانات التجارية عبر شبكة الإنترنت، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠١١، ص٩.

المطلب الأول

مفهوم المسؤولية المدنية وأنواعها

المسؤولية بصورة عامة تعني المؤاخذة القانونية لشخص ما نتيجة ارتكاب خطأ منه، فيعرفها بعض الفقه بأنها: (الحكم الذي يترتب على الشخص الذي ارتكب أمراً يوجب المؤاخذة)[٨]، ويعرف بعض الفقه المسؤولية المدنية بأنها: (االلتزام الذي يثقل كاهل الشخص الذي يُلحق الضرر باآلخرين لإصلاحه من خلال تقديم تعويض للضحية، ويشمل كلًا من المسؤولية التعاقدية والمسؤولية التقصيرية)[٩]. وعلى أساس ذلك سنتناول هذا المطلب في النقاط التالية: –

أولاً: المسؤولية العقدية.

يشترط لقيام الإخلال بالتزام عقدي والذي به تقوم مسؤولية المدين وجود التزام عقدي أولًا، وثانيًا: عدم قيام المدين بتنفيذ التزامه كليًا أو جزئيًا أو تأخره في تنفيذه أو تنفيذه له بشكلٍ معيب، وثالثًا: أن ينسب هذا الإخلال إلى تعدٍّ أو تقصيرٍ من المدين[١٠].

أما بالنسبة للضرر الذي يلحق بالدائن، فيعرف بأنه: الضرر الناشئ عن التزامٍ عقدي وهو ما يصيب الدائن من أذى نتيجة لإخلال المدين بالتزامه العقدي[١١]. والضرر يشمل الضرر المباشر المتوقع الذي يسببه المدين للدائن[١٢].

---

(٨) د. سليمان مرقس، الوافي في شرح القانون المدني، المجلد ١، الفعل الضار، تنقيح: حبيب إبراهيم الخليلي، ط٥، منشأة المعارف، الإسكندرية، ١٩٩٢، ص٣٠٠.

(٩) د. عبد الرزاق أحمد السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، مصادر االلتزام، ج١، ط١، تنقيح: أحمد مدحت المراغي، منشأة المعارف، الإسكندرية، ٢٠٠٤، ص٥٢٨.

(١٠) د. عدنان إبراهيم السرحان ود. نوري حمد خاطر، شرح القانون المدني، مصادر الحقوق الشخصية، االلتزامات، دراسة مقارنة، ط٧، دار الثقافة للنشر، عمان، ٢٠١٩، ص٣٠٢.

(١١) المستشار أنور العمروسي، المسؤولية التقصيرية والمسؤولية المدنية في القانون المدني، ط١، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ٢٠٠٤، ص٥٨.

والضرر على ثلاثة أنواع: ضرر مادي ومعنوي وجسدي[١٣].

والتعويض في المسؤولية العقدية ينصب على الضرر الحال، أي الضرر الذي وقع فعلًا[١٤]، أما الضرر المحتمل فلا يعوض عنه، وكذلك لا يعوض عن الكسب الفائت[١٥]، حيث تنص المادة (٢٦٣) من القانون المدني الأردني رقم ٤٣ لسنة ١٩٧٦ على أنه: "إذا لم يكن الضمان مقدراً في القانون أو العقد، فالمحكمة تقدره بما يساوي الضرر الواقع فعلًا حين وقوعه".

وأخيراً بخصوص علاقة السببية بين الخطأ العقدي والضرر فإنه يجب أن يكون الضرر مباشراً أي ناشئًا عن خطأ المدين بإخلاله بالتزامه العقدي، وعلى الدائن أن يثبت أن الضرر الذي لحق به راجع إلى هذا الإخلال.

إنّ الغاية من إقرار نظام المسؤولية العقدية هو محاولة جبر الضرر وإعادة التوازن إلى المراكز الاقتصادية المختلة للمتعاقدين نتيجة الأخطاء المنسوبة للوسيط في العلاقة التعاقدية. فقد ورد بالمادة (١/٢١١) من القانون المدني المصري رقم ١٣١ لسنة ١٩٤٨ يكون المدين ملتزماً ببذل عناية عندما يكون: "قد وفّى االلتزام إذا بذل في تنفيذه من العناية ما يبذله الشخص العادي ولو لم يتحقق الغرض المقصود، وهذا ما لم ينص القانون أو االتفاق على غير ذلك". وورد بذات المادة في الفقرة ٢ منها "في كل حال يبقى المدين مسؤولا عما يأتيه من غش أو خطأ جسيم".

طبقًا للقواعد العامة فإن الخطأ ينقسم إلى نوعين: الأول: الخطأ العقدي والناتج عن الإخلال بالتزام عقدي، والخطأ التقصيري والناتج عن الإخلال بالتزام فرضته القوانين واللوائح. **والخطأ**

---

(١٢) د. سمير عبد السيد تناغو، مصادر االلتزام، ط١، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، ٢٠٠٩، ص٢١٨.

(١٣) د. مصطفى العوجى، القانون المدني، المسؤولية المدنية، ج٢، ط٤، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ٢٠٠٩، ص٢١٥.

(١٤) د. بكير على أبو بكر، مفهوم مصادر االلتزام، مع إشارة إلى التعديلات الواردة على القانون الفرنسي عام ٢٠١٦، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠١٨، ص١١٥.

(١٥) د. محمد حسام محمود لطفي، النظرية العامة لاالتزام، مصادر االلتزام، مع إشارة إلى التعديلات الواردة على القانون المدني الفرنسي عام ٢٠١٦، القاهرة، بلا دار نشر، ٢٠١٨، ص٢٤٤.

العقدي الذي نحن بصدده هو: الخطأ العقدي هو ذلك الناتج عن الإخلال بالتزام عقدي، ويتحقق الإخلال إما بعدم تنفيذ المدين لالتزامه الناشئ عن العقد أو نفذه تنفيذاً معيباً، أو تأخر في تنفيذه[١٦]، فقد نصت المادة (١٤٧) من القانون المدني المصري رقم ١٣١ لسنة ١٩٤٨م على أنه:" العقد شريعة المتعاقدين "، كما ورد في الفقرة الأولى من المادة ١٤٨ من ذات القانون " يجب تنفيذ العقد طبقًا لما اشتمل عليه ...."، وفي ضوء النصوص المتقدمة فقد ألزم المشرع المصري المدين بأن يقوم بتنفيذ التزامه على نحو ما ورد بالعقد، فإذا لم يقم بذلك تحقق الخطأ العقدي في حقه ولزم التعويض[١٧]، ويستوي في عدم التنفيذ عدم قيامه أصلًا بالتنفيذ أو تراخيه في ذلك، وسواء عدم التنفيذ جاء عن عمد أو إهمال، أو كان عدم التنفيذ راجعًا لسبب أجنبي (كقوة قاهرة) طالما أنه لم يقطع علاقة السببية بين الخطأ والضرر، فإذا أثبت المدين قطع رابطة السببية فلا تقع عليه المسؤولية.

ثانياً: المسؤولية التقصيرية.

يمكن تعريف المسؤولية التقصيرية بأنها: " الجزاء على الإخلال بالواجب القانوني العام الذي يفرض على كل شخص بعدم الإضرار بغيره "[١٨]، كما تُعرف بأنها: "تعويض الضرر الناشئ عن الفعل غير المشروع"، أو هي: "مساءلة المخطئ عن ما ارتكبه من خطأ في حق المضرور، وإلزامه بتعويض هذا الضرر، دون أن يكون هناك ثمة عقد بينهما"[١٩].

فالقاعدة العامة في القانون المدني الأردني والمستمد أحكامه من الشريعة الإسلامية السمحاء هي أن كل فعل يصيب الغير بضرر يستوجب التعويض، حتى لو كان صادراً من شخص غير مميز كالطفل والمجنون، وعلى ذلك نصت المادة (٢٥٦) من القانون المدني الأردني رقم ٤٣ لسنة

---

[١٦] د. عبد الرزاق أحمد السنهوري، مصادر االلتزام، مرجع سابق، ص٥٣٦.

[١٧] د. بكير على أبو بكر، مفهوم مصادر االلتزام، مرجع سابق، ص١١٣.

[١٨] د. سمير عبد السيد تناغو، مصادر االلتزام، مرجع سابق، ص٢١٥.

[١٩] أمير فرج يوسف، المسؤولية المدنية والتعويض عنها، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، ٢٠٠٦، ص٧.

١٩٧٦ بقولها: (كل إضرار بالغير يلزم فاعله ولو غير مميز بضمان الضرر)؛ لذلك جعل المشرع الأردني الفعل الضار فعلًا غير مشروع وسببًا لضمان ما ترتب عليه من تلف.

والفرق واضح بين نص المادة (٢٥٦) من القانون المدني الأردني وما يقابلها في القانون المدني المصري، إذ نصت المادة (١٦٣) منه على أنه: (كل خطأ سبّب ضرراً للغير يلزم من ارتكبه بالتعويض). وكذلك في القانون المدني الفرنسي إذ نصت المادة (١٣٨٢) منه على أنه: (كل عمل أيًا كان يوقع ضرراً بالغير يلزم من وقع بخطئه هذا الضرر أن يقوم بتعويضه). ومن حيث المشرع الفرنسي، فقد تناول مبدأ التعويض على كل من تسبب، بخطئه في إلحاق ضرر بالغير، ولم يغفل النص صراحة، في تعديل القانون المدني الفرنسي في٢٠١٦، حيث تنص المادة ١٢٤٠ المعدلة بالأمر رقم ٢٠١٦-١٣١ الصادر في ١٠ فبراير ٢٠١٦ على: (" يلتزم كل من تسبب بخطئه، في إلحاق ضرر بالغير التعويض عن هذا الضرر ")[٢٠]. فالقاعدة العامة في القانون المدني المصري والفرنسي أن كل شخص تسبب بخطئه بإحداث ضرر للغير فإنه يسأل عن التعويض، أي أن أركان المسؤولية التقصيرية في كلا التشريعين الفرنسي والمصري هي الخطأ والضرر وعلاقة السببية بينهما، ويقابل ركن الخطأ في هذين القانونين ركن الفعل غير المشروع (الإضرار) في القانون المدني الأردني، أما الركنان الآخران (الضرر وعلاقة السببية) فهما متماثلان في القانون المدني الأردني والقانون المدني المصري أو الفرنسي[٢١].

ويعرف الخطأ بأنه إخلال بالتزام قانوني، وهو عيب يشوب سلوك الإنسان لا يأتيه رجل عاقل أحاطته ظروف خارجية كتلك التي أحاطت بالمسؤول، وبصياغة أخرى هو: إخلال بالتزام

---

(20) Article 1240 Modifié par Ordonnance n°2016-131 du 10 février 2016, "Tout fait quelconque de l'homme, qui cause à autrui un dommage, oblige celui par la faute duquel il est arrivé à le réparer.", disponible sur le site, http://www.légifrance.gouv.fr.

(٢١) د. عدنان إبراهيم السرحان ود. نوري حمد خاطر، شرح القانون المدني، مصادر الحقوق الشخصية، مرجع سابق، ص٣٦٨-ص٣٦٩.

أوجبه القانون وهو بذل عناية بأن يكون يقظًا حتى لا يضر بالغير، فهو انحراف عن سلوك لا يأتيه الرجل العادي إذا ما وجد في نفس الظروف الخارجية، التي أحاطت بمن أحدث الضرر[٢٢].

وهذا الخطأ هو خطأ غير مفترض ويقع على عاتق الدائن المتضرر إثباته في جانب المدين (المتسبب في الضرر)، فإذا دفع الطرف الآخر بأحد موانع المسؤولية (السبب الأجنبي)، وهي القوة القاهرة، فعل الغير أو فعل المضرور كان غير ملزم بالضمان.

يعرف الضرر بأنه الأذى الذي يصيب الشخص في جسمه أو ماله أو شرفه أو عواطفه، وقد يكون الضرر ثابتًا كما قد يكون متغيرًا، أي هو المساس بمصلحة المضرور، سواءً كانت هذه المصلحة مالية، ويوصف الضرر عندئذ بأنه ضرر مادي، أم كانت مصلحة معنوية أو أدبية، ويوصف الضرر عندئذ بأنه معنوي أو أدبي، وكلاهما قابل للتعويض وفقًا للقواعد العامة للمسؤولية المدنية، وهو ثاني شروط المسؤولية التقصيرية؛ حيث يجب أن يترتب عن الخطأ ضرر يصيب العميل أو الغير وإلا انتفت المسؤولية[٢٣]. كما يشترط أن يتحقق في الضرر عدة شروط وهي أن يكون الضرر محققًا وليس محتملًا، وأن يكون شخصيًّا، وأن يكون قد أصاب حقًّا مكتسبًا أو مصلحة مشروعة للمتضرر[٢٤].

بالإضافة إلى فعل يؤدي إلى المسؤولية (خطأ يحدثه الشيء أو الغير) والضرر، هناك شرط أو ركن ثالث يتحتم وجوده حتى تترتب المسؤولية وهو علاقة سببية بين الأول والثاني، حيث يجب أن يكون الضرر ناشئًا عن خطأ الفاعل، أي أن تكون هناك علاقة تربط بين الفعل الذي

---

[٢٢] د. عبد الرزاق أحمد السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، نظرية الالتزام بوجه عام (مصادر الالتزام)، الجزء الأول، دار الفكر العربي، القاهرة، ٢٠١٢، ص١٤٥.

[٢٣] المستشار أنور العمروسي، المسؤولية التقصيرية والمسؤولية المدنية في القانون المدني، ط١، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ٢٠٠٤، ص١٢.

[٢٤] د. محمد حسام محمود لطفي، النظرية العامة للالتزام (المصادر، الأحكام، الإثبات)، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٨، ص١٧٧.

ارتكبه الفاعل والضرر الذي لحق المضرور[٢٥] لأن شرط الإصابة المؤدية لقيام المسؤولية متوقف على أن يثبت المدعي أن فعل الفاعل هو السبب في حدوث الضرر[٢٦].

أو بعبارة أخرى يشترط لقيام المسؤولية التقصيرية أن يكون الخطأ هو السبب الذي ترتب عليه الضرر، وهذه هي علاقة السببية بين الخطأ والضرر، ولا يكفي أن يكون الخطأ هو السبب الذي ترتب عليه الضرر، بل يجب أن يكون السبب المباشر والمنتج أو الفعال الذي لعب دوراً أساسيًا في إحداث الضرر أي السبب الذي يجعل حدوث الضرر محتملًا طبقًا لسير الأمور سيراً عاديًا[٢٧].

ويتمثل السبب الأجنبي في كل ما يؤدي إلى وقوع الضرر ولا يرجع إلى فعل المدين، كالقوة القاهرة أو فعل الغير أو فعل الدائن (المضرور) نفسه[٢٨].

إذًا من خلال ما سبق؛ يمكن لنا القول أنّ هناك ثلاثة أركان يجب تحققها في المسؤولية التقصيرية حتى يمكن القول بوجودها، وهذه الأركان هي الخطأ في القانون المدني المصري والفرنسي (يقابله الفعل الضار في القانون المدني الأردني والفقه الإسلامي) والضرر علاقة السببية بينهما.

المطلب الثاني

مسؤوليّة المعلن العقدّية عن الإعلانّات التجاريّة عِبرَ الإنترّنت

سنتناول هذا المطلب في النقاط التالية: –

أولاً: قيام مسؤولية المُعلن العقدية

---

[٢٥] د. إسماعيل عبد النبي شاهين، النظرية العامة للالتزامات، القسم الأول، مصادر الالتزام، مرجع سابق، ص١٢٢.

[٢٦] د. مصطفى العوجى، القانون المدني، المسؤولية المدنية، مرجع سابق، ص١٩.

[٢٧] المستشار عز الدين الديناصوري، ود. عبد الحميد الشواربي، المسؤولية المدنية في ضوء الفقه والقضاء، طبعة نادي القضاة، القاهرة، ١٩٨٨، ص١٨.

[٢٨] د. محمد صبري الجندي، في المسؤولية التقصيرية، المسؤولية عن الفعل الضار، ط١، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٥، ص٩١٦.

إن تحديد طبيعة الإعلان التجاري على شبكة الإنترنت، سواءً كان يُعتبر عرضاً أو دعوة للتعاقد أو للتفاوض، يؤثر بشكل مباشر على طبيعة المسؤولية الناشئة عن عدم تنفيذه. حيث أن الإعلانات عبر المواقع الإلكترونية تشبه إلى حد كبير تلك المنشورة في الصحف والمجلات أو المعروضة عبر القنوات التلفزيونية التي تخصص برامج أو أوقاتاً محددة لعرض السلع والخدمات.

تتفاوت أنواع مواقع الويب التي تعرض الإعلانات التي يمكن أن تُعتبر إيجاباً، فقد تكون متاجر افتراضية مثل موقع(Amazon) أو قد تكون مواقع ويب أخرى على شبكة الإنترنت بمختلف أغراضها واختصاصاتها التي تحتوي على مساحات مخصصة للإعلانات[٢٩].

يثير الإيجاب عبر مواقع الويب مسألة مدة صلاحية الإيجاب، ويمكن تناولها من خلال فرضيتين:

١. **الفرضية الأولى: تعيين الموجب مدة صلاحية الإيجاب**

في هذه الحالة، يحدد الموجب بوضوح مدة صلاحية الإيجاب، سواءً بإعلان صريح بأن العرض ساري حتى تاريخ معين أو حتى مدة محددة من تاريخ العرض. هذا هو الوضع الأمثل والأكثر شيوعاً نظراً لطبيعة الإيجاب عبر الويب. في هاتين الحالتين، يظل الإيجاب ساري المفعول ويكون الموجب ملتزماً بإيجابه طوال تلك الفترة، حتى وإن قام بسحب الإيجاب من مواقع الويب قبل انقضاء الميعاد الذي حدده[٣٠].

٢. **الفرضية الثانية: عدم تعيين الموجب ميعاداً لصلاحية الإيجاب**

إذا لم يحدد الموجب ميعاداً لصلاحية إيجابه، فإن الإيجاب يظل ساري المفعول طالما أنه متاح على صفحات الويب ويمكن لمستخدمي الإنترنت الاطلاع عليه. يزول الالتزام بإزالة الإيجاب نهائياً من صفحات الويب، ولا يُعتد باختفاء الإيجاب من صفحة الموقع بشكل مؤقت، مثلما يحدث نتيجة خلل فني. وفقاً للمادة (١٣٦٩-٤) من القانون المدني الفرنسي، يظل الموجب ملتزماً بإيجابه طالما كان بالإمكان الاطلاع عليه إلكترونياً. فإذا كان الإيجاب لا يزال موجوداً على الموقع

---

[٢٩] د. أحمد خالد العجولي، التعاقد عن طريق الإنترنت، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٤، ص٧٣.

[٣٠] د. بسام فنوش الجنيد، مرجع سابق، ص٢٨٨.

الإلكتروني، يظل الموجب ملزماً به ما لم يحدد ميعاداً للقبول، لأن أي مستخدم يمكنه الاطلاع عليه طالما ظل الإيجاب منشوراً على الموقع[٣١].

ومن ثم، تنشأ المسؤولية التعاقدية عندما يكون الإعلان إيجاباً، ويكون الموجب ملزماً بالإيفاء بالإيجاب خلال المدة التي يظل خلالها ملتزماً به بعد قبوله، ولا يحق له العدول عنه. في حال عدم تنفيذ التزامه التعاقدي، والذي يتمثل في التنازل عن العرض، يتحمل الموجب مسؤولية التعويض عن الضرر الذي يلحق بالمستهلك نتيجة عدم تنفيذ التزامه[٣٢]. إذا احتوى الإعلان على بيانات أو معلومات خاطئة عن السلعة وكان موجهاً للمستهلك النهائي، فإن المعلن يكون مسؤولاً عن ذلك.

ويمكن للمستهلك المتضرر المطالبة بإبطال العقد إذا توافرت شروط التدليس المدني[٣٣]، سنوضح هذا الأمر في الفقرة التالية.

ثانيا: دعوى التنفيذ العيني ودعوى التدليس (الخداع) كأثر لقيام هذه المسؤولية.

ثانياً: دعوى التنفيذ العيني ودعوى التدليس (الخداع) كأثر لقيام هذه المسؤولية

أ. دعوى التنفيذ العيني:

يقصد بالتنفيذ العيني "أن يُعطى للدائن الأداء المستحق أصلاً"[٣٤]، ويشمل تسليم عين ما التزم به المدين وفقاً للشروط المتفق عليها. يُعتبر هذا النوع من التنفيذ هو الأصل استناداً إلى مبدأ حسن النية في المعاملات، الذي يقتضي أن يقوم المدين بتنفيذ التزامه بطريقة تطابق نية الطرفين عند إبرام العقد، ووفقاً لطرق لا تفوت على الدائن المصلحة التي قصدها عند التعاقد أو تجعلها

---

[٣١] أما القانون المدني المصري نص على أن الموجب إذا حدد ميعاد للقبول فيظل ملتزما طول هذه الفترة؛ أنظر:- المادة (٩٣) من القانون المدني المصري.

[٣٢] د. سامح عبد الواحد التهامي، التعاقد عبر الإنترنت، دراسة مقارنة، دار الكتب القانونية، القاهرة، ٢٠٠٨، ص١٦٨.

[٣٣] أنظر: المادة (١١١٦) من القانون المدني الفرنسي، وتقابلها المادة (١٢٥) من القانون المدني المصري.

[٣٤] د. فتحي عبد الرحيم عبد لله، التنفيذ العيني للعقد، دراسة مقارنة بالقانون الإنجليزي وفقاً للشريعة الإسلامية، منشأة المعارف، الإسكندرية، ٢٠٠٧، ص٣٢.

أكثر كلفة بدون مبرر[٣٥]. لذا يستطيع المستهلك المتضرر رفع دعوى مطالباً إياه بتسليم شيء من النوع الذي تضمنه الإعلان التجاري، وذلك استناداً إلى المادة (٢٠٣) الفقرة الأولى، والمادة (٢٠٥) الفقرة الثانية من القانون المدني المصري[٣٦].

وأن يطالب المعلن بتسليم ما ورد في إعلانه. في حالات الاستعجال، يمكن للمستهلك أن يطلب تسليم شيء مطابق لما ورد في الإعلان دون الحاجة لاستئذان القاضي. كما يجوز للمستهلك، بدلاً من الحصول على شيء مماثل، أن يطالب المعلن بقيمة الشيء بطريق التعويض. ويجب توافر عدة شروط تُمكّن من المطالبة بالتنفيذ العيني، وهي كما يلي:

١. أن يكون التنفيذ العيني ممكنًا:

يحق للدائن مطالبة مدينه بالتنفيذ العيني متى كان ذلك ممكنًا، وفقًا للمادة (١/٢٠٣) من القانون المدني المصري. إذا أصبح تنفيذ االلتزام العيني مستحيلاً، لا يمكن الحكم على المدين به، سواء كانت الاستحالة بفعل المدين أو لسبب أجنبي. إذا كانت استحالة التنفيذ ناشئة عن خطأ المدين، يجوز أن يُترك التنفيذ العيني للمدين لتنفيذه على سبيل التعويض. أما إذا كانت الاستحالة لسبب أجنبي خارج عن إرادة المدين، واثبت المدين ذلك، فإن االلتزام ينقضي دون إلزام المدين بالتعويض[٣٧].

٢. ألا يكون في التنفيذ العيني إرهاق للمدين:

---

[٣٥] د. يوسف عودة غانم المنصوري، مرجع سابق، ص٣٠٤.

[٣٦] تنص المادة (٢٠٣) الفقرة الأولى من القانون المدني المصري على أنه: " يجبر المدين بعد إعذاره طبقاً للمادتين (٢١٩، ٢٢٠) على تنفيذ التزامه تنفيذاً عينياً متى كان ممكناً"، كما نصت المادة (٢٠٥) الفقرة الثانية على أنه: " فإذا لم يقم المدين بتنفيذ التزامه، جاز للدائن أن يحصل على شيء من النوع ذاته على نفقة المدين بعد استئذان القاضي، أو دون استئذانه في حالة الاستعجال، كما يجوز له أن يطالب بقيمة الشيء من غير إخلال في الحالتين بحقه في التعويض"، وتقابلهما: المادة (١١٨٤) من القانون المدني الفرنسي.

[٣٧] أنظر: المادة (٢١٥) من القانون المدني المصري التي تنص على أنه: "إذا استحال على المدين أن ينفذ االلتزام عينًا، حكم عليه بالتعويض لعدم الوفاء بالتزامه، ما لم يثبت أن استحالة التنفيذ قد نشأت عن سبب أجنبي لا يد له فيه. ويكون الحكم كذلك إذا تأخر المدين في تنفيذ التزامه".

تنص الفقرة الثانية من المادة (٢٠٣) من القانون المدني المصري على أنه: "إذا كان في التنفيذ العيني إرهاق للمدين، جاز له أن يقتصر على دفع تعويض نقدي، إذا كان ذلك لا يلحق بالدائن ضرراً جسيماً." لا يُسمح بالعدول عن التنفيذ العيني إلى التعويض ما دام التنفيذ العيني ممكناً. ولكن إذا كان في التنفيذ العيني إرهاق للمدين، يحق له الاقتصار على دفع تعويض بشرط ألا يلحق الدائن ضرراً جسيماً. إذا كان هناك ضرر جسيم للدائن، يجب إلزام المدين بالتنفيذ العيني حتى ولو كان في ذلك إرهاق له، وذلك استناداً إلى مبدأ عدم جواز التعسف في استعمال الحق[٣٨].

يختص قاضي الموضوع بتقدير مدى إرهاق التنفيذ العيني للمدين من خلال ظروف كل حالة على حدة. لا يشمل معنى الإرهاق الصعوبة أو زيادة التكاليف الناتجة عن ارتفاع الأسعار أو الرسوم أو الضرائب، بل يقصد به الصعوبة الشديدة أو الخسارة غير العادية التي يتكبدها المدين[٣٩].

٣. إلزام المدين بالتنفيذ العيني لا ينبغي أن يمس حريته الشخصية:

قد يكون التنفيذ العيني ممكناً وغير مرهق على المدين، لكنه يتطلب تدخل المدين الشخصي، أي أن المدين يجب أن يقوم بالعمل بنفسه. إذا أصر المدين على عدم تنفيذ االلتزام، لا يمكن إجباره على القيام بالعمل، لأن ذلك يعد تعدياً على حريته الشخصية. في هذه الحالة، يقتصر حق الدائن على طلب التعويض[٤٠].

٤. أن يكون الدائن قد طلب التنفيذ العيني بعد إعذار المدين:

ب. دعوى التدليس (الخداع):

يمكن للمستهلك أيضاً أن يرفع دعوى تدليس إذا توافرت شروطه. تقوم دعوى التدليس على أساس الكذب أو التضليل الذي اعتمده المعلن في إعلاناته، والتي تسببت في وقوع المستهلك في الغلط أو اللبس. في هذه الحالة، يحق للمستهلك المطالبة بإبطال العقد الذي تم إبرامه بناءً على الإعلان المضلل، وذلك إذا توافرت عناصر التدليس، مثل:

---

[٣٨] د. فتحي عبد الرحيم عبد لله، التنفيذ العيني للعقد، مرجع سابق، ص٣٧.

[٣٩] د. يوسف عودة غانم المنصوري، مرجع سابق، ص٣٠٨.

[٤٠] د. بسام فنوش الجنيد، مرجع سابق، ص٢٩٤–ص٢٩٥.

- **توافر عنصر الخداع :**أن يكون هناك تقديم معلومات أو بيانات كاذبة أو مضللة.
- **توافر عنصر الضرر :**أن يكون المستهلك قد تكبد ضرراً نتيجة لهذه المعلومات المضللة.
- **توافر عنصر العلاقة السببية :**أن يكون الضرر الذي لحق بالمستهلك ناتجاً عن المعلومات الكاذبة أو المضللة.

إذا توافرت هذه الشروط، يمكن للمستهلك طلب إبطال العقد وتعويض الضرر الذي لحق به نتيجة للتدليس بعد الحصول على إذن من القاضي، أو دون إذن القاضي في حالات الاستعجال. كما يحق للدائن أيضاً المطالبة بقيمة الشيء، دون أن يتعارض ذلك مع حقه في التعويض [٤١].

ويظهر مما سبق تقدم مستوى الحماية للمستهلك ضد الإعلانات الكاذبة أو المضللة على الإنترنت. يعتمد تطبيق هذه الأحكام بشكل رئيسي على الاعتراف بالقيمة العقدية لتلك الإعلانات، خاصةً وأن وظيفة الإعلانات التجارية عبر الإنترنت لم تقتصر على الترويج للمنتجات أو الخدمات أو عرض مزاياه[٤٢]، بل أصبحت تتضمن بيانات ومعلومات موضوعية تؤثر على عناصر العقد المقترح وتؤثر بشكل مباشر في رضا الطرف الآخر المتعاقد.

أ .**دعوى التدليس (الخداع):** يعد الكذب والخداع في إعلانات الإنترنت من أبرز مصادر الضرر التي قد تلحق بالمستهلك خلال الفترة التي تسبق إبرام العقد الإلكتروني. لذلك، تصدت

---

[٤١] وتقابلها المادة (١١٨٤) من القانون المدني الفرنسي.

[٤٢] وهذا ما استقر عليه الرأي الغالب في الفقه بعد تردد دام طويلاً على إضفاء القيمة العقدية على الإعلانات التجارية شريطة أن تتضمن وصفاً دقيقاً ومفصلاً للمنتجات أو الخدمات المعلن عنها بما يسمح بتحديد مضمون العقد الذي يمكن أن يتم بناء عليها، وأن تؤثر ولو جزئياً على رضاء المتلقي في الإقدام على التعاقد من عدمه، كما أن إضفاء القيمة العقدية على هذه الإعلانات من شأنه أن يقلل من أثر الكذب أو التضليل الإعلاني من خلال الاعتداد بجميع البيانات والمعلومات وإدخالها في النطاق العقدي. لمزيد من التفاصيل أنظر: – بختيار صابر بايز، وقاسم هاشم محمود، الحماية المدنية للمستهلك من الإعلانات التجارية الخادعة، دراسة قانونية مقارنة، مجلة القانون والسياسة، جامعة صلاح الدين، كردستان العراق، السنة ١٠، العدد ١١، ٢٠١٢، ص٣٨٥.

معظم القوانين والتشريعات لمشكلة التدليس أو التغرير[٤٣]، الذي يتجلى في ممارسة الكذب والخداع.

يُعرَف التدليس كعيب من عيوب الإرادة بأنه قيام شخص باستخدام أساليب احتيالية بهدف إيقاع شخص آخر في خطأ يدفعه إلى إبرام تصرف قانوني[٤٤].

وينقسم التدليس إلى نوعين[٤٥]: الأول هو التدليس الإيجابي، الذي يتمثل في استخدام وسائل احتيالية عبر الإنترنت لإيقاع المتعاقد في خطأ يدفعه إلى التعاقد، بينما الثاني هو التدليس السلبي، الذي يتمثل في امتناع أحد المتعاقدين عن ذكر معلومات معينة قد تؤدي إلى امتناع المتعاقد الآخر عن إبرام العقد لو كان على علم بها.

وللتدليس عنصران هما: الركن المادي المتمثل في الكذب والركن المعنوي المتمثل في نية التضليل. يمكن ذكر عناصر التعويض الموجبة للإثبات في نطاق أحكام التدليس كما يلي:

١. **استعمال طرق احتيالية تحفز على التعاقد** :يتحقق هذا الشرط من خلال قيام المعلن بتصرفات احتيالية تؤثر على قرار التعاقد. يتجلى ذلك في استخدام عبارات كاذبة في الإعلان التجاري، يعلم المعلن أهميتها بالنسبة للمتعاقد المدلس عليه، أو في التزام المعلن

---

[٤٣] ويطلق عليه في القانون المصري بالتدليس وذلك في المادتين (١٢٥ و١٢٦) من القانون المدني، وكذلك في القانون الفرنسي يطلق عليه التدليس وذلك في المادة (١١١٦) من القانون المدني، وفي القانون الأردني يطلق عليه التغرير وذلك في المادة (١٤٣) من القانون المدني، بينما القانون اللبناني يطلق عليه الخداع وذلك في المادتين (٢٠٨ و ٢٠٩) من قانون الموجبات والعقود.

[٤٤] د. نبيل إبراهيم سعد، ملامح حماية المستهلك في مجال الائتمان في القانون الفرنسي، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، مكتبة السنهوري، بغداد، ومكتبة زين الحقوقية، بيروت، ٢٠١١، ص٦١.

[٤٥] لمزيد من التفصيل: د. عبد الرزاق السنهوري، نظرية العقد، الجزء الأول، الطبعة الثانية الجديدة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ١٩٩٨ ، ص٣٩٧.

بموقف سلبي يتضمن كتمان معلومات جوهرية يصعب على المستهلك اكتشافها بوسيلة أخرى، والتي لو علم بها لامتنع عن إبرام العقد[٤٦].

٢. **توافر نية التضليل لدى المعلن** :تمثل نية التضليل الجانب المعنوي للتدليس. إذا لم تتوافر هذه النية، ينهدم هذا الشرط من شروط مباشرة دعوى التدليس. فالاستخدام المتعمد للإعلانات المضللة بهدف خداع المستهلك ودفعه نحو شراء المنتج يشكل تدليساً. بالمقابل، المبالغة في الترويج لمزايا المنتج لجذب المستهلك نحو التعاقد دون نية التضليل لا تُعد تدليساً فلا يعتبر تدليساً الإغراء بالشراء بإضفاء مزايا على المبيع[٤٧]".

٣. **أن يكون التدليس هو الدافع للتعاقد** :وفقاً للمادة ١٢٥ من القانون المدني المصري، يشترط أن تكون الطرق الاحتيالية المستخدمة في التدليس هي الدافع لإبرام العقد، أي أن تكون تلك الطرق الاحتيالية ذات تأثير كبير لدرجة أنه لولاها لما أبرم الطرف الآخر العقد. وقد أكدت محكمة النقض المصرية هذا المبدأ بقولها: "أن تكون الحيل من الجسامة، بحيث لولاها لما أبرم العقد[٤٨]." بناءً على هذا القضاء، يتعين أن تكون الطرق الاحتيالية التي استخدمها المعلن بنية تضليل المستهلك هي السبب الرئيسي للتعاقد، ولولاها لما أبرم المستهلك العقد.

يتمتع قاضي الموضوع بسلطة تقديرية واسعة لتقييم مدى جسامة التدليس في كل حالة على حدة، مسترشداً في ذلك بمعيار شخصي يعتمد على حالة كل متعاقد من حيث جنسه وسنه ومستوى ثقافته وتجربته. بمعنى آخر، يقيم القاضي مدى تأثير الامور الاحتيالية التي قام بها المعلن على نفسية المستهلك، حيث قد ينخدع بعض المستهلكين بمجرد الكذب، بينما يحتاج آخرون إلى أساليب أكثر تعقيداً لتضليلهم[٤٩].

---

[٤٦] د. محمد حسن قاسم، المدخل لدراسة القانون: القاعدة القانونية، نظرية الحق، الجزء الثاني، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ٢٠١٢، ص٢٦٠.

[٤٧] الطعن رقم ٧١٣ لسنة ٤٨ ق– جلسة ١٩٨١/١٢/٣١.

[٤٨] نقض مدني، الطعن رقم ١١٩٦ لسنة ٥٧ ق، جلسة ١٩٩/١/١٨.

[٤٩] عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، الجزء الأول، مرجع سابق، ص٣٥٠.

مع تحقق الشروط المذكورة، يمكن للمستهلك الذي وقع ضحية لإعلانات الإنترنت الكاذبة أو المضللة أن يلجأ إلى دعوى التدليس كوسيلة لحمايته من آثار تلك الإعلانات. وتختلف آثار دعوى التدليس من تشريع لآخر، حيث يعتبر المشرع في كل من مصر وفرنسا والأردن أن التدليس الجسيم سبب لبطلان العقد، وقد نص على ذلك صراحة في القوانين المدنية[٥٠].

وبالتالي، قد توفر دعوى التدليس مبدئياً حماية للمستهلك من إعلانات الإنترنت الكاذبة أو المضللة، إذ يشكل تعمد الكذب أو الكتمان في تلك الإعلانات عنصر الاحتيال الذي يشكل التدليس المدني. ومع ذلك، فإن تحليل القواعد الخاصة بدعوى التدليس ومحاولة تطبيقها على الإعلانات الكاذبة أو المضللة يكشف عدم كفايتها في توفير حماية مؤكدة وحقيقية للمستهلك ضد مخاطر تلك الإعلانات في العديد من الحالات.

المطلب الثالث

مسؤولية المعلن التقصيرية عن الإعلانات التجارية عبر الإنترنت

تقوم المسؤولية للمعلن في الإعلانات التجارية عندما يكون الإعلان بمثابة إيجاب يتعين على المعلن الوفاء به بعد القبول، وإلا فإنه يتحمل التعويض بسبب عدم تنفيذ الالتزام العقدي المترتب على العدول، مما يلحق الضرر بالمستهلك.

أما إذا اعتُبر الإعلان دعوةً للتعاقد أو التفاوض، فإن المعلن يكون مسؤولاً عن التعويض إذا نتج عن إلغاء الإعلان خطأ أو إهمال تسبب في ضرر للطرف الآخر المتعاقد، في هذه الحالة، مصدر المسؤولية ليس العدول بحد ذاته، بل الخطأ أو الإهمال الذي صاحبه. لذا، سنوضح فيما يلي كيف يتحقق الخطأ أو الإهمال من جانب المعلن، والمسؤولية التقصيرية المترتبة على ذلك، وكذلك التعويضات المرتبطة بها.

---

[٥٠] انظر المواد: المادة ١٢٥ من القانون المدني المصري، والمادة ١١١٦ من القانون المدني الفرنسي والتي تنص على أن التدليس يكون سبباً في بطلان العقد، إذا كانت الحيل المستعملة من أحد المتعاقدين جسيمة بحيث يكون من الواضح أن المتعاقد الآخر لم يكن ليتعاقد لولا هذه الحيل، والتدليس لا يفترض بل يجب إثباته.

أولاً: قيام المسؤولية التقصيرية

تشمل مرحلة المفاوضات، مثلها مثل مرحلة إبرام العقد، عدة التزامات على عاتق الطرفين المتفاوضين. يتطلب الأخلال بهذه الالتزامات مسؤولية الطرف الذي ارتكب الإخلال. تعتمد هذه الالتزامات على مبدأ حسن النية في التفاوض، وعدم الانحراف عن الصدق والأمانة والصراحة، والابتعاد عن الغش والخداع والاحتيال، والمحافظة على نزاهة التعامل[١]. وقد أشار بعض الفقه إلى أنه في العملية التفاوضية يتناسب عكسياً مع الفشل في إبرام العقد، وعدم الالتزام بالجدية في التعامل[٢].

لذا، يجب على طرفي التفاوض تبادل الالتزامات الناشئة خلال هذه المرحلة، سواء كانت جوهرية أو ثانوية، بما في ذلك التعاون المشترك وتقديم النصح والإرشاد للعميل بشأن موضوع التعاقد. كما يفرض على الأطراف الالتزام بالإعلام والسرية في تبادل البيانات، خاصةً عند التفاوض عبر الإنترنت حيث تكون الأطراف غير متواجدة مما يصعب التحقق من هذه الالتزامات.

وعلى المتفاوض الآخر إثبات أن العدول لم يكن مشروعاً وأنه قد أخل بواجب الالتزام بالتفاوض بحسن نية، وكذلك إثبات أنه قد لحق به ضرر نتيجة فعل العدول.

وعلى ذلك، سوف نوضح أركان المسؤولية التقصيرية والتي تشمل الخطأ، والضرر، وعلاقة السببية، كما يلي:

١. **الخطأ :**في الأساس، لا يترتب على التفاوض أثر قانوني ملزم، مما يعني أن لكل طرف حرية العدول عن التفاوض دون التزام قانوني[٣]، ولكن إذا نتج عن هذا العدول خطأ، فإنه

---

[١] إيناس مكي عبد نصار، التفاوض الإلكتروني، دراسة مقارنة في ظل بعض التشريعات العربية المعاصرة، مجلة جامعة بابل، العلوم الإنسانية، جامعة بابل، العراق، المجلد ٢١، العدد ٣، ٢٠١٣، ص٩٥٢

[٢] د. شيرزاد عزيز سليمان، حسن النية في ابرام العقود، دراسة في ضوء القوانين والاتفاقيات الدولية، ط١، منشورات دار دجلة، الأردن، عمان، ٢٠١٨، ص٣٤٧.

[٣] د. عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، الجزء الأول، مرجع سابق، ص٢٢١.

فإنه يرتب مسؤولية على الطرف المسؤول. وهناك أشكال كثرة في مرحلة التفاوض، منها[١]:

- عدم التعامل بنزاهة وأمانة، أو الإخلال بالتعاون والنصح والإعلام والتوجيه.
- إفشاء الأسرار والبيانات الشخصية التي تم الاطلاع عليها أثناء التفاوض.
- تقديم معلومات غير صحيحة أو غامضة حول السلعة أو الخدمة المعروضة.
- استفزاز الطرف الآخر بأساليب غير مقبولة لإنهاء المفاوضات.

٢. **الضرر** :لا يكفي وقوع الخطأ وحده لتثبيت المسؤولية؛ يجب أن يترتب على الخطأ ضرر حقيقي. يمكن أن يكون الضرر مادياً أو أدبياً[٢]:

- **الضرر المادي** :يشمل الخسارة المالية الناتجة عن بدء التفاوض والتواصل والمناقشة، والوقت الذي ضيعه المتفاوض، والفرص التي فاتته نتيجة الانشغال بالتفاوض.
- **الضرر الأدبي** :يمس كرامة المتفاوض مثل الإساءة إلى السمعة بسبب إفشاء أسراره أو مهاراته الفنية أثناء المفاوضات.[٣]

ويجب التفريق بين:

- **الضرر الحال** :الذي وقع بالفعل، مثل النفقات التي تكبدها المتفاوض من قطع المفاوضات[٤].
- **الضرر المستقبلي** :الذي سيحدث لا محالة أو الضرر الذي تحقق سببه ولكن آثاره تراخت إلى المستقبل، ويشمل التعويض عنه إذا كان من المؤكد حدوثه ويمكن تقديره[٥].

---

[١] إيناس مكي عبد نصار، مرجع سابق، ص٩٥٨.

[٢] د. سعد حسين ملحم، التفاوض بالعقود عبر شبكة الإنترنت، مرجع سابق، ص٢٦–ص٢٧.

[٣] د. أيمن الدلوع، الحماية المدنية في مرحلة التفاوض الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠١٦، ص٩٠.

[٤] د. بسام فنوش الجنيد، مرجع سابق، ص٣٠٩–ص٣١٠.

[٥] إيناس مكي عبد نصار، مرجع سابق، ص٩٦٢.

- **الضرر الاحتمالي** :الذي لم يحدث بعد ولا يوجد ما يؤكد حدوثه، ويعتبر ضرراً افتراضياً لا يحتاج إلى تعويض، مثل الربح المأمول[١].

ويجوز التعويض عن تفويت الفرصة إذا كانت فرصة جدية وقابلة للتحقيق، لأن اشتراط جدية الفرصة يجعل التعويض عنها تعويضاً عن ضرر محقق وليس احتمالياً. أمثلة على ذلك تشمل حرمان المتفاوض المضرور من إبرام عقود أخرى بدلاً من العقد الذي لم يحصل عليه، أو حرمانه من فرصة إبرام العقد المنشود[٢].

٣. **علاقة السببية:** تكون علاقة السببية هنا مفترضة بين الخطأ والضرر، مما يعني أنه يجب إثبات أن الخطأ كان سبباً مباشراً في حدوث الضرر[٣].

ثانياً: التعويض

يهدف إلى إعادة الأطراف إلى الحالة التي كانوا عليها قبل حدوث الفعل الضار. ومع ذلك، فإن الرأي السائد هو استبعاد التنفيذ العيني في مرحلة التفاوض[٤]، لأن هذا يتطلب إلزام الأطراف بمتابعة المفاوضات لتحقيق العقد النهائي بالقوة، مما يتعارض مع مبدأ الحرية التعاقدية.

في سياق المفاوضات[٥]، لا يُلزم الأطراف بإبرام العقد النهائي، بل يلتزمون فقط بالتفاوض بشأن العقد بروح من حسن النية حيث يتطلب التعاقد النهائي توافقاً على العناصر الجوهرية[٦].

---

(١) أيمن أحمد الدلوع، مرجع سابق، ص٩١.

(٢) د. محمد حسن قاسم، مراحل التفاوض في عقد الميكنة المعلوماتية، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠٠٢، ص٢١٣.

(٣) إيناس مكي عبد نصار، مرجع سابق، ص٩٥٩.

(٤) د. بسام فنوش الجنيد، مرجع سابق، ص٣١٢.

(٥) سعد حسين عبد ملحم، مرجع سابق، ص١٠٦.

(٦) إيناس مكي عبد نصار، مرجع سابق، ص٩٥٩.

عندما يُفقد فرصة حقيقية للتعاقد بدلاً من العقد نفسه، يجد القاضي نفسه أمام عقد غير مكتمل يحتاج إلى تكميل وتنظيم وفقاً للقانون والعرف والعدالة. على سبيل المثال، في مرحلة التفاوض الإلكتروني لبيع عقد، لا يكون العقد ملزماً لأي من الطرفين. يستطيع كل طرف الامتناع عن إبرام العقد النهائي، ولا يمكن إجبار الطرف الآخر على ذلك عبر القضاء، طالما لا يوجد سند قانوني للتدخل. في هذه الحالة، يكون أمام القاضي خيار واحد وهو الحكم بالتعويض

ومن الواضح أن المتفاوض الذي يتعرض للإضرار نتيجة إخلال الطرف الآخر بواجباته في التفاوض الإلكتروني يستحق التعويض لفهم عناصر التعويض المتعلقة بالمسؤولية الناتجة عن الإخلال في التفاوض الإلكتروني، نحتاج إلى توضيح النقاط التالية:

١. **تعويض الخسارة** :القاعدة الأساسية في التعويض هي تعويض الطرف المتضرر عن الخسائر التي تكبدها. هذا يشمل تعويض الأضرار الناتجة عن توقف مرحلة التفاوض أو فشلها. فالتركيز يكون على تعويض الخسائر المباشرة التي نتجت عن فشل أو توقف التفاوض، بينما لا يُعتد بالأرباح المتوقعة التي لم تتحقق بعد.
٢. **تعويض الكسب الفائت** :تعويض ما فاته المتفاوض من كسب يعتبر أكثر تعقيداً. في مرحلة التفاوض، لا يكون العقد قد أُبرم بعد، مما يجعل من الصعب تعويض الكسب المحتمل الذي لم يتحقق. فالتعويض عن الكسب الفائت لا يكون مناسباً في سياق التفاوض، لأن الحديث هنا يتعلق بخطأ أدى إلى قطع المفاوضات دون الوصول إلى إبرام العقد. ومع ذلك، في حالات معينة يمكن تعويض الكسب الفائت إذا كانت المسؤولية تتعلق بمخالفة سابقة على العقد، حيث قد يكون من المناسب تعويض الأضرار
٣. **تقدير التعويض** :يُعتبر تقدير مبلغ التعويض من القضايا الواقعية التي يتولى القاضي تحديدها بناءً على أسس موضوعية ومعقولة. القاضي لديه السلطة لتحديد مقدار التعويض بما يتماشى مع القواعد القانونية ومبادئ العدالة[١].

وفي ذلك قضت محكمة النقض المصرية بالتعويض عن الإعلانات الإلكترونية التي من شأنها إيقاع جمهور المستهلكين في خلط وغلط بين الطاعنة والمطعون ضدها الأولى باستخدام

---

[١] أيمن أحمد الدلوع، مرجع سابق، ص١٠٧ وما بعدها.

علامتها التجارية، وذلك لما تتمتع به الطاعنة من شهرة تجارية واسعة الانتشار في انتاج وصيانة الغسالات والأجهزة الكهربائية المنزلية بصفة عامة، وأن هناك أضراراً ترتبت على ذلك تمثلت أهم عناصرها في تناقص أرباحها بشكلٍ كبير جراء المنافسة غير المشروعة[1].

بناءً على ما سبق، فإن تعويض الأضرار الناتجة عن إخلال التفاوض الإلكتروني يتضمن تعويض الخسائر المترتبة عن توقف المفاوضات، وقد يتضمن أيضاً تعويض الكسب الفائت في حالات معينة وفقاً لمسؤوليات عقدية سابقة على إبرام العقد.

[1] حكم محكمة النقض المصرية – مدني – الطعن رقم ٨٦٨٠ لسنة ٨٢ قضائية، تاريخ ٢٠١٨/٥/٨، مكتب فني ٦٩، رقم الصفحة ٧٣٦، رقم القاعدة ١٠٦.

المبحث الثاني

مسؤوليّة المعلّن الموضوّعية عن الإعلانات التجاريّة الإلكترونيّة الكاذبّة أو المضلّلة

يقوم المعلنون والمنتجون بمهارة ترويج منتجاتهم من خلال استخدام دعايات وإعلانات قد تكون مضللة أو كاذبة بشأن جودة منتجاتهم وخصائصها. يهدف هؤلاء المعلنون إلى جذب انتباه المستهلكين وشراء منتجاتهم عبر عرض معلومات مغلوطة قد تبرز المنتجات على أنها أكثر أماناً أو فاعلية مما هي عليه في الواقع. هذا الأسلوب التسويقي يستهدف زيادة الأرباح من خلال إقناع المستهلكين بشراء المنتجات دون الوعي الكامل بمخاطرها، خاصة عندما تكون هذه المنتجات معروضة على شبكة الإنترنت، مما يجعل من الصعب على المستهلك التحقق من صحة المعلومات الواردة في الإعلان[١].

تنبع المسؤولية الموضوعية للمنتج من ضرورة حماية المستهلك من المخاطر التي قد تنجم عن المنتجات غير الآمنة أو المعيبة. ففي ظل تزايد الإنتاج وتعقد أساليب التسويق والإعلانات، لم تعد فكرة الخطأ كافية [٢]، وتعتبر المسؤولية الموضوعية للمنتج حلاً وسطاً، حيث تركز على إثبات عيب المنتج والضرر الناتج عنه بدلاً من الخطأ[٣].

المسؤولية الموضوعية للمنتج تقوم على عدم سلامة المنتج، وبناءً على هذه المسؤولية، يصبح المنتج مسؤولاً عن الأضرار الناجمة عن عيوب منتجاته سواء كان له علاقة تعاقدية مع

---

[١] د. بسام فنوش الجنيد، مرجع سابق، ص٣١٨.

[2] patrice JOURDAIN: Les principes de la responsabilite civile, cinquieme edition, Dalloz, paris, 2000, p.10.

[٣] د. سالم محمد رديعان العزاوي، مسؤولية المنتج في القوانين المدنية والاتفاقيات الدولية، ط١، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ٢٠٠٩، ص٣٥٦.

المتضرر أم لا. وهذه المسؤولية تفرضها القوانين بغض النظر عن وجود خطأ من جانب المنتج، مما يجعلها مسؤولية ذات طابع خاص يتم تطبيقها بمجرد وقوع الضرر الناتج عن منتج معيب[١].

المسؤولية الموضوعية تعتبر من نظام القانون العام، حيث يحظر التنازل عن هذه المسؤولية أو تقييدها من خلال أي اتفاق. ويهدف هذا النوع من المسؤولية إلى ضمان أن التعويض يركز على تعويض الضرر بدلاً من أن يكون مجرد عقوبة. وبالتالي، يتم تعويض الضرر الذي ينشأ بسبب العيب في المنتج [٢].

سوف أستعرض في المطلب الأول أركان المسؤولية الموضوعية، ثم سأناقش التعويض المترتب على هذه المسؤولية في المطلب الثاني.

المطلب الأول

أركان المسؤولية الموضوعية

الأركان الأساسية للمسؤولية، تشمل: العيب، الضرر، وعلاقة السببية بينهما. سيتم توضيح هذه الأركان كما يلي:

أولاً: العيب

أشار المشرع الفرنسي إلى ركن العيب من خلال ثلاثة نقاط أساسية:

---

[١] نظم المشرع الفرنسي المسؤولية الموضوعية للمنتج في الباب الرابع مكرر من القانون المدني الفرنسي، والذي أتى بعد الباب الرابع الخاص بالمسؤولية التقصيرية والباب الثالث المتعلق بالالتزامات التعاقدية، وبذلك لا تكون مسؤولية عقدية ولا مسؤولية تقصيرية، فهي ذات طابع خاص فلو كانت ذات طابع عقدي أو تقصيري لأدرجها المشرع في الباب الثالث والرابع من القانون المدني. انظر في ذلك: –

Philippe Le TOURNEAU, Loic CADIET: Droit de la responsabilite et des contrats, Dalloz, Paris, 2002, p.1462.

[٢] د. محمد محي الدين إبراهيم سليم، مخاطر التطور كسبب لإعفاء المنتج من المسؤولية، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، ٢٠٠٧ ، ص٦٦.

١. معيوبية المنتج:

يعتبر المنتج معيباً إذا لم يكن قادراً على توفير مستوى السلامة المتوقع قانونياً، بغض النظر عن الصفات المتفق عليها للمنتج. بمعنى آخر[١]، يتم التركيز على الأضرار التي يمكن أن يسببها المنتج بسبب العيب الموجود فيه، وليس على الصفات المتفق عليها[٢].

٢. عملية الطرح للتداول:

تتطلب عملية الطرح للتداول التخلي الطوعي عن حيازة المنتج. يتم ذلك عندما يسلم المنتج إلى الناقل أو المودع عنده، أو عندما يقدمه المنتج إلى وسطاء التوزيع. فطرح المنتج للتداول يعتبر فعلًا مهنياً يتطلب من المنتج القيام بعملية تجهيز المنتج ثم طرحه في الأسواق. لذلك، لا تقوم مسؤولية المنتج إذا احتفظ بالمنتجات لاستخدامه الخاص أو لغرض تجريبي، حيث تطبق المسؤولية في هذه الحالة وفقًا للقواعد العامة[٣].

ثانياً: الضرر

لا يكفي فقط وجود ركن العيب؛ بل يجب أن يترافق ذلك مع ركن الضرر، الذي يُعد عنصراً أساسياً لقيام هذه المسؤولية. بدون هذا الركن، لا تُعتبر المسؤولية قائمة.

نص المشرع الفرنسي في المادة (١٣٨٦ مكرر ٠٢) من القانون المدني على أن "تطبق نصوص هذا الفصل على تعويض الأضرار الناجمة عن المساس بالأشخاص، كما تطبق أيضاً على تعويض الأضرار المادية التي تفوق قيمتها المبلغ الذي يحدده المرسوم، ما عدا الأضرار التي تصيب المنتج نفسه". واعترف المشرع بتعويض الأضرار الناتجة عن حوادث المنتجات المعيبة،

---

[١] يختلف عنصر المعيوبية من منتوج لآخر حسب طبيعته، فمثلا المنتوج الغذائي المعيب هو الذي يرتب آثار سلبية ومضرة بصحة الأنسان هذا من جهة، ومن جهة أخرى المنتج الخطير لا يعتبر منتوجاً معيباً إلا إذا كانت نسبة الخطورة فيه غير عادية. انظر في ذلك:

Jean- Philippe BUGNICOURT, Jean- Sebastien BORGHETTI, Francois COLLART DUTILLEUL: Le droit civil de la responsabilite a l'epreuve du droit special de l'alimentation, Dalloz, N 18, mai, 2010, p03.

[٢] محمود السيد عبد المعطي خيال، المسؤولية عن فعل المنتجات المعيبة ومخاطر التقدم، دار النهضة العربية، القاهرة، 1998، ص38.

[٣] محمود السيد عبد المعطي خيال، مرجع سابق، ص٣٣-ص٣٤.

مع استبعاد بعض الفئات، كما نص على إصدار مرسوم لتحديد قيمة الأضرار التي سيتم تعويضها. وقد صدر هذا المرسوم في عام ٢٠٠٥ برقم ٢٠٠٥/١١٣، الذي حدد كيفية تطبيق المادة (١٣٨٦ مكرر ٠٢)[١].

الأضرار المعوض عنها وفقًا للقانون الفرنسي تشمل:

١. **الأضرار الجسدية** :تعتبر هذه الأضرار المثال الأمثل للأضرار التي يتعين تعويضها للمضرورين بموجب المسؤولية الموضوعية للمنتج. وهي تشمل الإصابات البدنية التي يلحقها المنتج المعيب بالأشخاص[٢].

٢. **الأضرار المعنوية والأدبية** :يشمل التعويض في إطار المسؤولية الموضوعية الأضرار الأدبية التي تؤثر على الشرف والسمعة، فضلاً عن الأضرار المعنوية مثل الحزن والاكتئاب الناتج عن فقدان أحد الأعضاء[٣].

٣. **الأضرار المادية** :وهي الأضرار التي تم تحديدها في المادة الأولى من المرسوم السابق، والتي تتجاوز قيمتها ٥٠٠ يورو. تشمل هذه الأضرار الأضرار التي تلحق بالممتلكات أو الأضرار المالية الأخرى الناتجة عن استخدام المنتج المعيب.

أما الأضرار التي يتم استثناؤها من التعويض، فهي الأضرار التي تصيب المنتج المعيب نفسه. هذه الأضرار تم استثناؤها صراحة بموجب المادة (١٣٨٦ مكرر ٠٢) من القانون المدني الفرنسي، ولا يتم تعويضها في إطار هذه المسؤولية.

ثالثًا: العلاقة السببية بين العيب والضرر

العلاقة السببية تُعتبر الركن الثالث في المسؤولية الموضوعية للمنتج، وتتمثل في وجود علاقة مباشرة بين العيب والضرر. تعد علاقة السببية عنصراً مستقلًا ويشترط القانون توافرها لقيام المسؤولية، وإذا انتفت هذه العلاقة، تغيب المسؤولية. في هذا النوع من المسؤولية، تعتمد العلاقة السببية على أساس نظري جديد يختلف عن النظريات المعروفة في أنواع المسؤوليات الأخرى.

---

[1] (Decret n 2005-113 du 11 fevrier 2005 pris pour l'application de l'article 1386 bis 02 du code civil J.O.R.F n36 du 12 fevrier 2005 voir: www.legisfrance.gouv.fr.

[٢] د. بسام فنوش الجنيد، مرجع سابق، ص٣٢٣.

[٣] خميس سناء، مرجع سابق، ص٧٠.

وفقًا لبعض الآراء، تُبنى العلاقة السببية على نظرية التدخل المادي التي تعتمد على توافر عنصرين أساسيين، مادي ومعنوي.

وفي تطبيق ذلك قضت محكمة النقض المصرية بانه: "تقدير التعويض عن الضرر وإن كان من مسائل المواقع التي يستقل بها قاضي الموضوع إلا أن مناط ذلك أن يكون هذا التقدير قائما على أساس سائغ مردودا إلى عناصره الثابتة بالأوراق ومبرراته التي يتوازن بها أساس التعويض مع العلة من فرضه بحيث يكون متكافئا مع الضرر ليس دونه وغير زائد عليه شاملا لعنصريه الجوهريين الخسارة التي لحقت المضرور والكسب الذي فاته، وإذ خالف الحكم المطعون فيه هذا النظر فيما قضى به من رفض طلب إلزام المطعون ضدها الثانية بالتعويض على سند مما أورده في أسبابه من أنها مؤسسة صحفية تتولى تلقي الإعلانات من الشركات المتعددة والنشر دون أن تكون مهمتها التثبت من عدم تعارض أسماء الشركات أو ملكية عناصر الاسم التجاري أو العلامات التجارية نافيا بذلك مسئوليتها عما تقوم بنشره دون أن يعمل ما يقرره القانون ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ ولائحته التنفيذية من أحكام بشأن مسئولية المعلن عما يقوم بالإعلان عنه حماية لجمهور المستهلكين أو إعفائه من تلك المسئولية متى قام الدليل على عدم مسئوليته وفقا لما تقرره الفقرة الثانية من المادة السادسة من القانون سالف البيان (قانون حماية المستهلك) حاجبا نفسه عن بحث ما قدمته الطاعنة من مستندات للتدليل على توافر مسئولية المطعون ضدها الثانية – برغم إيرادها في أسبابه – والتي تمثلت في إنذارها بعدم الإعلان عن منتجات الشركة المطعون ضدها الأولى والمتضمنة اعتداء على اسم وعلامة الطاعنة التجارية،.."[1].

[1] حكم محكمة النقض المصرية – مدني – الطعن رقم ٨٦٨٠ لسنة ٨٢ قضائية، تاريخ ٢٠١٨/٥/٨، مكتب فني ٦٩، رقم الصفحة ٧٣٦، رقم القاعدة ١٠٦.

المطلب الثاني

التعويض المترتب على المسؤولية الموضوعية للمنتِج

يُعد التعويض الأثر المباشر الناشئ عن المسؤولية متى أثبت الطرف المتضرر توافر شروط المسؤولية، بما في ذلك الضرر والعيب وعلاقة السببية، ينشأ له حق الحصول على التعويض. يمكن أن يكون التعويض إما عينياً أو نقدياً، وذلك حسب الحالات والظروف.

أولاً: التعويض العيني

لم يتناول القانون الفرنسي التعويض العيني بشكل محدد في المادة (١٣٨٢) من القانون المدني، بل اكتفى بعبارة "التعويض"، التي تشمل عموماً إعادة الحالة إلى ما كانت عليه قبل حدوث الضرر[١]. ومع ذلك، ينص القانون الفرنسي على بعض التطبيقات التي تؤثر في التعويض العيني، كما هو مذكور في المادة (١٢٤٣) من القانون المدني، التي تقضي بأنه: لا يُجبر الدائن على تسليم شيء غير الذي التزم بتسليمه المدين، حتى وإن كان ما يعرضه المدين مساوٍ له في قيمته أو أعلى منها[٢].

بناءً على ذلك، يمكن للمضرور المطالبة بالتعويض متى كان ذلك ممكنًا. إذا لم يكن التعويض العيني ممكنًا، يتبقى للمضرور حق المطالبة بالتعويض النقدي، الذي يُعد البديل المناسب في حالات عدم إمكانية إعادة الحالة إلى ما كانت عليه.

ثانياً: التعويض بمقابل

يتخذ التعويض بمقابل شكلين: التعويض بمقابل نقدي، والتعويض بمقابل غير نقدي.

١. **التعويض بمقابل نقدي:**

التعويض بمقابل نقدي يتضمن دفع مبلغ من المال للمتضرر، ويُعتبر الخيار المفضل في القضاء الفرنسي. يعكس هذا التفضيل أيضاً رأي غالبية الفقه الفرنسي، الذي يرى أن التعويض

---

[١] د. بسام فنوش الجنيد، مرجع سابق، ص٣٢٥.

[٢] خميس سناء، مرجع سابق، ص١٢٦.

النقدي هو الوسيلة الأكثر فعالية لتلبية تعويض المتضرر بشكل ملموس. في الحياة العملية، يفضل القضاء الفرنسي التعويض النقدي كوسيلة للتعويض عن الضرر[١].

٢. **التعويض بمقابل غير نقدي:**

يمكن للقاضي أن يقرر أداء أمر معين كتعويض غير نقدي، مثل إصدار حكم بنشر القرار على نفقة المدعى عليه في حالات الضرر الأدبي.

- إذا كان المتضرر طرفًا في عقد، يمكنه المطالبة بفسخ العقد كوسيلة لتعويض غير نقدي، حيث يعتبر الفسخ بمثابة تعويض غير نقدي[٢].

المبحث الثالث

تقدير التعويض عن قيام مسؤولية المعلن الإلكتروني

يجب توافر شروط محددة تجعل الضرر قابلاً للتعويض، وهي كما يلي[٣]:

١. **تحقق الضرر** :يجب أن يكون الضرر واقعًا بالفعل كنتيجة مباشرة للتضليل أو الخداع الذي حدث من خلال الإعلان، والذي دفع المستهلك إلى التعاقد على منتج أو خدمة تختلف عن الوصف المعلن. قد لا يظهر الضرر على الفور، بل قد يتأكد بعد فترة من الزمن.

٢. **مباشرة الضرر** :يجب أن يكون الضرر مباشرًا ومرتبطًا بشكل واضح بالتضليل المعلن كي يستحق التعويض. الضرر غير المتوقع أو غير المباشر لا يمكن المطالبة بتعويض عنه إلا في حالة المسؤولية التقصيرية. يتعين على المستهلك إثبات الضرر المباشر، وهو الخسارة الناتجة عن عدم الحصول على الفائدة المتوقعة من المنتج الذي لا يتطابق مع الوصف المعلن.

---

(١) د. بسام فنوش الجنيد، مرجع سابق، ص٣٢٦.

(٢) خميس سناء، مرجع سابق، ص١٢٩.

(٣) د. مؤيد الطوالبة، مسؤولية المعلن عن الإعلان المضلل في المواقع والاسواق الإلكترونية، وفقاً لقانون حماية المستهلك الإماراتي رقم ١٥ لسنة ٢٠٢٠، بحث منشور في مجلة وزارة العدل الإماراتية، إدارة البحوث والدراسات، العدد ١٥، المجلد ٧، ٢٠٢٣، ص٤٨ وما بعدها.

٣. **عدم تعويض الضرر مسبقًا** :لا يمكن المطالبة بتعويض جديد إذا سبق للمضرور أن حصل على تعويض عن نفس الضرر من خلال دعوى قضائية سابقة.

بناءً على ما سبق، سأعالج هذا المبحث عبر مطلبين رئيسيين:

المطلب الأول

طريقة تقدير التعويض

نلاحظ أن فكرة التعويض عن الإعلان التجاري الإلكتروني الكاذب أو المضلل تميل إلى تكريس فكرة العقوبة الخاصة وتأديب القائم بالفعل أكثر من كونها تعويض لجبر الضرر فقط، مما يجعل فكرة الجزاء فيها شبيه بفكرة الجزاء الاجتماعي، ذلك أن هدف دعوى التعويض ليس إصلاح الضرر فقط بل الوقاية منه وتحقيق الردع في الوسط التجاري المهني التنافسي[١].

فالتعويض إما أن يكون تعويض من جنس الضرر وهو ما يسمى بالتعويض العيني (أولاً)، أو يتخذ شكل تعويض نقدي أو غير نقدي وهو ما يعرف بالتعويض بمقابل (ثانياً).

أولاً: التعويض العيني: وهو يقوم على إزالة الضرر نفسه بإزالة سببه أو مصدره، أي الحكم بإعادة الوضع إلى ما كان عليه قبل أن يرتكب المسؤول الخطأ الذي أدى إلى الضرر[٢].

وأعتقد أن هذا التعويض بهذا المعنى أفضل من التعويض بالمقابل، لأنه يؤدي إلى محو الضرر وإزالته بدلاً من إبقاء الضرر كما هو وإعطاء المتضرر مبلغاً من المال.

ونصت المادة (٢٦٩) من القانون المدنى الاردنى بأنه: "١- يصح أن يكون الضمان مسقطاً كما يصح أن يكون إيراداً مرتباً ويجوز في هاتين الحالتين إلزام المدين بأن يقدم تأميناً تقدره المحكمة. ٢- ويقدر الضمان بالنقد على أنه يجوز للمحكمة تبعاً للظروف وبناءً على طلب المضرور أن تأمر بإعادة الحالة إلى ما كانت عليه أو أن تحكم بأداء أمر معين متصل بالفعل الضار وذلك على سبيل التضمين".

---

[١] د. أحمد سامي المعموري، الحماية المدنية المترتبة عن الإعلان التجاري المقارن، دراسة مقارنة، بحث منشور في مجلة الكوفة، جامعة الكوفة، العراق، العدد ١٥، المجلد ٢٢، ٢٠٢٢، ص٢١.

[٢] د. نبيل إبراهيم سعد، النظرية العامة للالتزام، مصادر الالتزام، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠٠٤، ص٢٦٦.

فطلب التعويض العيني هو ميزة منحها القانون للمستفيد المتضرر لطلب الحكم بها، ولا يجوز للمعلن محدث الضرر عرضها، فإذا عرضها ورفضها المتضرر، فلا يجوز للمحكمة أن تحكم إلا بالتعويض بمقابل.

ثانياً: التعويض بمقابل: – إذا تعذر أو استحال إصلاح الضرر عيناً بإعادة الحال إلى ما كانت عليه، فلا يكون أمام القاضي إلا أن يحكم للمضرور بالتعويض بمقابل. وهذا التعويض بمقابل يكون بإحدى الصورتين؛ إما التعويض بمقابل غير النقدي كأن يطلب المستفيد أو المستهلك من المعلن الإلكتروني نشر قرار المحكمة الصادر لمصلحته في جريدة ما من أجل رد اعتباره وثقته بالوسط التجاري[1]. أو يكون التعويض بمقابل النقدي وهو الشائع لأنه ينسجم أكثر وموجبات إصلاح الضرر عن الإخلال الذي ارتكبه المسؤول المدني.

لذلك يعد التعويض النقدي للضرر الأسلوب الأكثر شيوعاً، ذلك أن الضرر الذي لحق بالمستفيد أو المستهلك المتضرر سواءً كان مادياً أو أدبياً يمكن تقويمه بالمال. فالنقود وسيلة للتقويم، لكن وظيفة النقود لإصلاح الضرر الناتج عن العمل غير المشروع جراء سلوك المعلن أياً كان نوعه، إذ إنّ كل ضرر يمكن تقديره بالنقود وفي جميع الأحوال، إذا تعذر على المحكمة تقديره بطريقة أخرى. وهذا ما أشار إليه مطلع الفقرة الثانية من المادة (٢٦٩) من القانون المدني الأردني، بنصها على أنه: (٢– ويقدر الضمان بالنقد،..).

بخصوص تقدير التعويض النقدي عن المسؤولية العقدية، فقد نصت المادة (٣٦٠) من القانون المدني الأردني بأنه: "إذا تم التنفيذ العيني أو أصر المدين على رفض التنفيذ حددت المحكمة مقدار الضمان الذي تلزمه المدين مراعية في ذلك الضرر الذي اصاب الدائن والعنت الذي بدا من المدين". كما نصت المادة (٣٦٣) من ذات القانون بأنه: "إذا لم يكن الضمان مقدراً في القانون أو في العقد فالمحكمة تقدره بما يساوي الضرر الواقع فعلاً حين وقوعه". وعليه فإذا لم

---

[1] د. نبيل إبراهيم سعد، مرجع سابق، ص٢٨٧.

يكن التنفيذ العيني ممكناً، أو كان ممكناً ولكن الدائن طلب التعويض ولم يبدي المدين استعداده للتنفيذ العيني، ففي هذه الحالة تحكم المحكمة بالتعويض إذا توافرت شروطه [١].

وقد يحكم القاضي إلى جانب التعويض النقدي بإجراءات وتدابير لا تُعد من قبيل التعويض النقدي بل يكون لها دور وقائي تتمثل في: –

١. **وقف بث الإعلان:** – وهو إجراء وقائي وقتي بمناسبة دعوى قائمة وأثناء النظر فيها يحكم به قاضي الموضوع بهدف منع أو تفادي وقوع آثار الإعلان المقارن في الحال والمستقبل، وهذا الإجراء يؤثر على الطلب الأصلي للدعوى (التعويض) زيادةً أو نقصاً.

ففي قضية عرضت على القضاء اللبناني تتلخص وقائعها بأن شركة منتجة لمسحوق التنظيف ماركة "Arial"، قامت بإطلاق حملة إعلانية لتسويق هذا المسحوق على أساس ترسيخ فكرة أن هذا المسحوق يزيل كل البقع مهما كان نوعها ثم قامت شركة هنكل لبنان بحملة إعلانية لمسحوق التنظيف ماركة "Persil"، عبر استخدام الجملة الآتية: (المسحوق المعروف الذين يقولون عنه أنه يزيل كل البقع) ومن ثم التعبير عن الاشمئزاز والاستياء من استعمال هذا المسحوق، اعتبر قاضي الأمور المستعجلة أن إعلان هنكل يهدف إلى التشهير بمسحوق"Arial" وليس للترويج لمسحوقها خصوصاً أنّ المسحوق "Arial" هو الوحيد الذي قام منذ فترة لا تقل عن سنة بحملة إعلانية، مما يتبين أنّ المقصود بالجملة المذكورة أعلاه هو وليس غيره، وحكمت المحكمة بوقف بث الإعلان لوضع حد لحالة المنافسة من قبل شرة هنكل ومنعاً لتفاقم الضرر اللاحق بالشركة المنافسة[٢].

٢. **نشر الحكم بإدانة المعلن في وسائل الإعلام:**– كثيراً ما يأمر القاضي بنشر الحكم الصادر عن الإعلان التجاري الإلكتروني الكاذب أو المضلل او المقارن، وذلك في وسائل الإعلام المختلفة وعلى نفقة المعلن وذلك من قبيل العقوبة الخاصة لغرض لفت نظر الزبائن والعملاء وعامة جمهور المستهلكين إلى الممارسة غير المشروعة التي قام بها المعلن

---

[١] د. عبد القادر الفار، مصادر االلتزام، مصادر الحق الشخصي في القانون المدني، ط١٠، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٩، ص١٤٣.

[٢] د. أحمد سامي المعموري، مرجع سابق، ص٢٢.

محدث الضرر ونوعاً من رد الاعتبار للتاجر المتضرر ويتمتع القاضي بسلطة تقديرية في تحديد مكان وزمان وطريق نشر الحكم وفترة البث ووسيلة الإعلام المستخدمة مراعياً ذلك جسامة الخطأ ولكل قضية ظروفها الخاصة بها.

فلقد نصت المادة (٤٤) من قانون ROYER الفرنسي لعام ١٩٧٣ على جواز نشر الحكم بإدانة المعلن في وسائل الإعلام المناسبة وأصبح هذا الأمر واجباً في القانون الفرنسي بصدور قانون ١٠ يناير ١٩٧٨ الخاص بحماية وإعلام المستهلك، ففي قضية فرنسية قضى قاضي الموضوع بالحكم ببث الحكم الصادر في قضية إعلان مقارن في نفس الجرائد التي سبق ونشرت الإعلان غير المشروع وعلى نفقة التاجر المنافس الذي قام ببث الإعلان غير المشروع بمبلغ لا يتجاوز ١٨ ألف فرنك فرنسي[١].

٣. **بث إعلان تصحيحي:**- قد يلجئ القاضي إلى إصدار حكم ببث إعلان على نفقة المعلن محدث الضرر لتصيح الخطأ الذي ارتكبه عند مقارنته لمنتجات التاجر المنافس بالإضافة إلى التدابير والإجراءات السابقة[٢].

وفي الواقع أرى أنّ الإجراءات والتدابير المذكورة تُنشر غالباً في وسائل إعلام واسعة الانتشار ويُعد جزاء أكثر فاعلية من التعويض النقدي، لأنه يمس بمصداقية المعلن وسمعته ومركزه التجاري فيوثرعلى ثقة العملاء به فيمتنعوا عن التعامل معه مستقبلاً، وبالتالي المساس بعنصر مهم من عناصر المشروع وهو الاتصال بالزبائن كما أنه يمثل رسالة لبقية المعلنين الآخرين بعدم اللجوء إلى الكذب والتضليل وإلا تعرضوا لنفس المصير.

المطلبّ الثاني

كيفيّة تقديّر التعويّض

---

[١] د. محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث، الإسكندرية، ٢٠٠٤، ص١٨٣.

[٢] د. أحمد سامي المعموري، مرجع سابق، ص٢٣.

يخضع التعويض الذي يحصل عليه المستهلك من خطأ تعاقدي أو إهمال في الإعلانات التجارية الإلكترونية الكاذبة أو المضللة لنفس المبادئ العامة المقررة في القانون المدني، وكما يلي:

أولاً: مبدأ التعويض الكامل: يتحدد نطاق التعويّض بموجب أساسٍ واحِدٍ لا ثاني له وهو الضرر، فخصوصيّة المسؤولية المدنية تتمثل في أنها تهدف إلى إعادة وضع المتضرر، بقدر الإمكان وعلى نفقة المسؤول عن الضرر، في نفس الوضع الذي كان سيصير فيه لولا وقوع الضرر. هذا الهدف يدعمه مبدأ يسيطر على تقدير التعويض في جميع قوانين العالم تقريباً وهو مبدأ التعويض الكامل للضرر، الذي يعني ببساطة أن التعويض يجب أن يغطي الضرر الذي أصاب المضرور، كل الضرر ولا شيء غير الضرر الذي أصابه[١].

وفي القانون الفرنسي، يشكل التعويض الكامل التوجيه الجوهري فيما يتعلق بتقييم التعويضات[٢].

ولذلك فإن التعويض عن الضرر يجب أن يكون تعويضاً كاملاً. وفي الضرر يشمل الخسارة الحقيقية التي لحقت بالمدعي والنفقات الضرورية التي كان عليه أو سيضطر إلى إنفاقها لإصلاح نتائج الفعل الذي سبب الضرر له، وكذلك الربح الذي فقده[٣].

ويشترط أن يكون تقدير المحكمة للتعويض قائماً على أساس سائغ ومردوداً إلى عناصره الثابتة بالأوراق ومبرراته التي يتوازن بها أساس التعويض مع العلة من فرضه بحيث يكون متكافئاً مع الضرر ليس دونه وغير زائد عليه."[٤].

ثانياً: إعمال مبدأ التضامن عند تعدد المسؤولين: من جانب قضاء النقض الفرنسي، فلم يكن في بدء الأمر يقر بمبدأ التضامن عند تعدد المسئولين، على اعتبار أنه لا يوجد قرينة على التضامن.

---

[١] د. عدنان إبراهيم السرحان ود. نوري حمد خاطر، شرح القانون المدني، مصادر الحقوق الشخصية، الالتزامات، دراسة مقارنة، ط٧، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٩، ص٤٧١.

[٢] Y. Chartier, La réparation du préjudice, éd. Dalloz, 1983, n° 112 et s. :

[٣] د. ياسين محمد الجبوري، الوجيز في شرح القانون المدني، الجزء الأول، مصادر الحقوق الشخصية، مصادر الالتزامات، دراسة موازنة، ط٢، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٢، ص٤٧٨.

[٤] حكم محكمة النقض المصرية بالطعن رقم ٩٥٤٢ لسنة ٩١ قضائية – الدوائر التجارية – جلسة ٢٠٢٢/٣/١٦.

ولكنه سلّم، بعد ذلك بالالتزام التضامني بين المسؤولين، حيث يقع عليهم التزام تضامني بالتعويض obligation *in solidum*[١].

ويطبق نفس الحكم (مبدأ التضامن) في حال تعدد المسؤولين عن الضرر، دون إمكانية تعيين فاعله الأصلي [٢]. وذلك حسبما نصت عليه المادة (٢٦٥) من القانون المدني الأردني بقولها: "إذا تعدد المسئولون عن فعل ضار، كان كل منهم مسئولاً بنسبة نصيبه فيه وللمحكمة أن تقضي بالتساوي أو بالتضامن والتكافل فيما بينهم".

ثالثاً: استقلال قضاة الموضوع بتقدير التعويض:- يتمتع قضاة الموضوع بكامل الصلاحية لتقدير قيمة التعويض الواجب دفعه للمتضرر بناء على ما يرد إليهم من تقارير الخبرة الفنية، من غير أن يتقيدوا بتوضيح أسس هذا التقدير، إلا أنه يتوجب على قاضي الموضوع عند التقدير أن يعلل حكمه ببيان جميع العناصر التي أوجب عليه المشرع مراعاتها في تقدير مبلغ التعويض[٣].

وفي فرنسا، استقر قضاء النقض على أن تحديد قاض الموضوع للتعويض لا يخضع لرقابته، واوجبت المادة ١٢٣١-٢ وضعه محل اعتبار، والذي يتمثل فيما فات من كسب، وما لحق من خسارة.

الخاتمة

أولاً: نتائج الدراسة

١. طبيعة الإعلان التجاري الإلكتروني:

---

(١) La tête d'une longue série jurisprudentielle est * Cass. civ., 4 déc. 1939, Boghos Nouroglou,
DC, 1941.124, n. G. Holleaux : « chacun des coauteurs d'un même dommage, conséquence de leur faute respective, doit être condamné in solidum, à la réparation de l'entier dommage, chacune de ces fautes ayant concouru à le causer tout entier, sans qu'il y ait lieu de tenir compte du partage de responsabilité auquel les juges du fond ont procédé entre les coauteurs, et qui n'affecte que les rapports réciproques de ces derniers, mais non le caractère et l'étendue de leur obligation au regard de la partie lésée ».

(٢) د. عبد القادر الفار، مصادر الالتزام، مصادر الحق الشخصي في القانون المدني، مرجع سابق، ص٢٠٩.

(٣) د. ياسين محمد الجبوري، مصادر الحقوق الشخصية، مصادر الالتزامات، مرجع سابق، ص٤٨٠.

يساهم فهم طبيعة الإعلان التجاري الإلكتروني، سواء كان عرضاً ملزماً أو دعوة للتعاقد أو للتفاوض، في تحديد المسؤولية الناشئة عن عدم تنفيذه. تنشأ المسؤولية التعاقدية عندما يكون الإعلان عرضاً ملزماً، حيث يلتزم المعلن بتنفيذ ما تعهد به وعدم الرجوع عنه، وإلا يكون مسؤولاً عن تعويض الأضرار الناتجة عن عدم تنفيذ التزامه التعاقدي. في حالة الإعلان الذي يعد دعوة للتعاقد أو للتفاوض، يكون المعلن مسؤولاً إذا كان الإهمال أو الخطأ في التعامل مع الإعلان قد تسبب في ضرر للمقاول الآخر.

٢. تكييف الإعلان كعرض وحماية المستهلك:

يعتبر تكييف الإعلان التجاري الإلكتروني كعرض إيجابي خطوة هامة لحماية المستهلك من خلال تمكينه من رفع مطالبته على أساس المسؤولية التعاقدية. إثبات الخطأ في المسؤولية التعاقدية أسهل من إثباته في المسؤولية التقصيرية، حيث يتطلب الأمر في المسؤولية التعاقدية إثبات عدم تنفيذ االلتزام، بينما في المسؤولية التقصيرية يقع عبء الإثبات على المستهلك. لذلك، توفر المسؤولية التعاقدية حماية أفضل وأسهل للمستهلك في الحصول على تعويض.

٣. مسؤولية المعلن تجاه المستهلك:

تنشأ المسؤولية التعاقدية للمعلن إذا كانت الإعلانات التجارية الكاذبة أو المضللة تمثل عرضًا ملزمًا يوفر الأسس الجوهرية للتعاقد. في هذه الحالة، يتعين على المعلن تنفيذ التزامه أو تعويض الأضرار الناتجة عن عدم تنفيذ االلتزام. كما يمكن للمستهلك المطالبة بتنفيذ العقد أو إبطاله وفقًا لدعوى التدليس. في حال كانت الإعلانات مجرد دعوة للتفاوض، يمكن مساءلة المعلن على أساس المسؤولية التقصيرية إذا نتج عن الإهمال أو الخطأ في الإعلان ضرر للمتعاقد الآخر. تطرقت الدراسة أيضًا لمسؤولية المعلن في حالة الإعلان عن منتجات معيبة أو خطرة بناءً على المسؤولية، مع تحديد شروط العيب والضرر وعلاقة السببية.

٤. دعوى التدليس وحماية المستهلك:

رغم أن دعوى التدليس قد توفر حماية مبدئية للمستهلك من الإعلانات الكاذبة حيث يمكن أن يشكل تعمد الكذب أو إخفاء المعلومات عنصر الاحتيال المكون للتدليس المدني، فإن تحليل

القواعد الخاصة بهذه الدعوى غير كافية في الكثير من الحالات لتوفير حماية مؤكدة وحقيقية للمستهلك ضد خطر الإعلانات المضللة.

ثانياً: توصيات الدراسة

١. **تشديد مسؤولية المعلنين ووكالات الإعلان:**

يُوصى بأن يعمل المشرع في البلدان العربية، وخاصة في مصر والأردن، على تحديد مسؤولية كل من المعلن ووكالات الإعلان بشكل واضح بناءً على الدور الذي يقومون به. ينبغي تشديد مسؤولية هؤلاء الأشخاص المختصين في مجال الإعلانات التجارية، بينما يمكن تخفيف مسؤولية وسيلة وأداة الإعلان، مثل شبكة الإنترنت، لكونها ليست متخصصة في العمل الإعلاني.

٢. **تنظيم مسؤولية المعلن على محتوى الإعلان:**

يُفضل أن يتبنى المشرعون في مصر والأردن تنظيم مسؤولية المعلن بوضوح، بحيث يتولى المعلن سلطة التوجيه والإشراف على محتوى الإعلان. يجب أن يكون المعلن مسؤولاً عن المحتوى حتى وإن تم تنفيذ الإعلان من قبل جهة أخرى دون تدخل مباشر منه.

٣. **تخصيص دعاوى مدنية للمستهلك:**

يُنصح بتخصيص دعاوى مدنية خاصة بالمستهلكين في مصر والأردن، تأخذ في اعتبارها خصوصية العقود التي يبرمها المستهلكون وأهمية المصالح المتأثرة بالممارسات التجارية المضللة.

٤. **فرض عقوبات مشددة على الإعلانات الكاذبة أو المضللة:**

يُوصى بتبني المشرعين في مصر والأردن تشديد العقوبات على الجهات التي تقوم بنشر الإعلانات التجارية الكاذبة أو المضللة على شبكة الإنترنت، بما في ذلك المعلنين أنفسهم. هذا من شأنه أن يساعد في القضاء على هذه الإعلانات الإلكترونية المضللة وتعزيز حماية المستهلك.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية.

أ. المراجع العامة.

١. د. بكير على أبو بكر، مفهوم مصادر الالتزام، مع إشارة إلى التعديلات الواردة على القانون الفرنسي عام ٢٠١٦، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠١٨.

٢. د. سليمان مرقس، الوافي في شرح القانون المدني، المجلد ١، الفعل الضار، تنقيح: حبيب إبراهيم الخليلي، ط٥، منشأة المعارف، الإسكندرية، ١٩٩٢.

٣. د. سمير عبد السيد تناغو، مصادر الالتزام، ط١، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، ٢٠٠٩.

٤. د. شيرزاد عزيز سليمان، حسن النية في ابرام العقود، دراسة في ضوء القوانين والاتفاقيات الدولية، ط١، منشورات دار دجلة، الأردن، عمان، ٢٠١٨.

٥. د. عبد الرزاق السنهوري، نظرية العقد، الجزء الأول، ط ٢، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ١٩٩٨.

٦. د. عبد الرزاق أحمد السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، مصادر الالتزام، ج١، ط١، تنقيح: أحمد مدحت المراغي، منشأة المعارف، الإسكندرية، ٢٠٠٤.

٧. د. عبد الرزاق أحمد السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، نظرية الالتزام بوجه عام (مصادر الالتزام)، الجزء الأول، دار الفكر العربي، القاهرة، ٢٠١٢.

٨. د. عبد القادر الفار، مصادر الالتزام، مصادر الحق الشخصي في القانون المدني، ط١٠، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٩.

٩. د. عبد المنعم موسى ابراهيم، حسن النية في العقود، دراسة مقارنة، ط١، منشورات زين الحقوقية، بيروت، ٢٠١٦.

١٠. د. عدنان إبراهيم السرحان ود. نوري حمد خاطر، شرح القانون المدني، مصادر الحقوق الشخصية، االلتزامات، دراسة مقارنة، ط٧، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٩.

١١. المستشار عز الدين الديناصوري، ود. عبد الحميد الشواربي، المسؤولية المدنية في ضوء الفقه والقضاء، طبعة نادي القضاة، القاهرة، ١٩٨٨.

١٢. د. فتحي عبد الرحيم عبدلله، التنفيذ العيني للعقد، دراسة مقارنة بالقانون الإنجليزي وفقاً للشريعة الإسلامية، منشأة المعارف، الإسكندرية، ٢٠٠٧.

١٣. د. محمد حسام محمود لطفي، النظرية العامة للالتزام (المصادر، الأحكام، الإثبات)، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٨.

١٤. د. محمد حسام محمود لطفي، النظرية العامة للالتزام، مصادر االلتزام، مع إشارة إلى التعديلات الواردة على القانون المدني الفرنسي عام ٢٠١٦، القاهرة، بلا دار نشر، ٢٠١٨.

١٥. د. محمد حسن قاسم، المدخل لدراسة القانون: القاعدة القانونية، نظرية الحق، الجزء الثاني، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ٢٠١٢.

١٦. د. محمد حسن قاسم، مبادئ القانون، المدخل إلى القانون، االلتزامات، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، ٢٠١٠.

١٧. د. محمد صبري الجندي، في المسؤولية التقصيرية، المسؤولية عن الفعل الضار، ط١، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٥.

١٨. د. محمود السيد عبد المعطي خيال، المسؤولية عن فعل المنتجات المعيبة ومخاطر التقدم، دار النهضة العربية، القاهرة، 1998.

١٩. د. مصطفى العوجى، القانون المدني، المسؤولية المدنية، ج٢، ط٤، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ٢٠٠٩.

٢٠. د. نبيل إبراهيم سعد، النظرية العامة للالتزام، مصادر الالتزام، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠٠٤.

٢١. د. ياسين محمد الجبوري، الوجيز في شرح القانون المدني، الجزء الأول، مصادر الحقوق الشخصية، مصادر الالتزامات، دراسة موازنة، ط٢، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٢.

ب. المراجع المتخصصة.

١. د. أحمد خالد العجولي، التعاقد عن طريق الإنترنت، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٤.

٢. د. أيمن أحمد الدلوع، الحماية المدنية في مرحلة التفاوض الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠١٦.

٣. د. بتول صراوة عبادي، التضليل الإعلاني التجاري وأثره على المستهلك، دراسة قانونية، ط٢، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ٢٠١٦.

٤. د. حسن عبد الباسط جميعي، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٠.

٥. د. سالم محمد رديعان العزاوي، مسؤولية المنتج في القوانين المدنية والاتفاقيات الدولية، ط١، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ٢٠٠٩.

٦. د. سامح عبد الواحد التهامي، التعاقد عبر الإنترنت، دراسة مقارنة، دار الكتب القانونية، القاهرة، ٢٠٠٨.

٧. د. شريف محمد غنام، التنظيم القانوني للإعلانات التجارية عبر شبكة الإنترنت، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠١١.

٨. د. محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث، الإسكندرية، ٢٠٠٤.

٩. د. محمد حسن قاسم، مراحل التفاوض في عقد الميكنة المعلوماتية، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠٠٢.

١٠. د. محمد محي الدين إبراهيم سليم، مخاطر التطور كسبب لإعفاء المنتج من المسؤولية، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، ٢٠٠٧.
١١. د. نبيل إبراهيم سعد، ملامح حماية المستهلك في مجال الائتمان في القانون الفرنسي، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، مكتبة السنهوري، بغداد، ومكتبة زين الحقوقية، بيروت، ٢٠١١.

ج. رسائل الدكتوراه.

١. د. بسام فنوش الجنيد، المسؤولية المدنية عن الإعلانات التجارية عبر الإنترنت، رسالة دكتوراه، جامعة عين شمس، القاهرة، مصر، ٢٠١٦.
٢. د. خالدية معيزي، النظام القانوني للإشهار الكاذب أو المضلل، رسالة دكتوراه، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، ٢٠١٩.
٣. د. سعاد حسان دواجي، المسؤولية المدنية والجزائية عن الإعلان الإلكتروني، رسالة دكتوراه، جامعة وهران – ٢، الجزائر، ٢٠١٩.
٤. د. هيثم السيد أحمد عيسى، المسئولية المدنية في إطار المعاملات عبر شبكة الإنترنت، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة المنوفية، ٢٠١٣.

د. رسائل الماجستير.

١. سناء خميس، المسؤولية الموضوعية للمنتج كآلية تعويضية لضمان حوادث المنتجات المعيبة، دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، ٢٠١٥.
٢. نادية مامش، مسؤولية المنتج، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، ٢٠١٢.

ه. المقالات والأبحاث.

١. د. إبراهيم الدسوقي أبو الليل، تعويض تفويت الفرصة، بحث منشور في مجلة الحقوق، جامعة الكويت، العدد الثاني والثالث، ١٩٨٣.

٢. د. أحمد سامي المعموري، الحماية المدنية المترتبة عن الإعلان التجاري المقارن، دراسة مقارنة، بحث منشور في مجلة الكوفة، جامعة الكوفة، العراق، العدد ١٥، المجلد ٢٢، ٢٠٢٢.
٣. إيناس مكي عبد نصار، التفاوض الإلكتروني، دراسة مقارنة في ظل بعض التشريعات العربية المعاصرة، مجلة جامعة بابل، العلوم الإنسانية، جامعة بابل، العراق، المجلد ٢١، العدد ٣، ٢٠١٣.
٤. د. سعد حسين ملحم، التفاوض بالعقود عبر شبكة الإنترنت، مجلة كلية الحقوق، جامعة النهرين، المجلد ٨، العدد ١٣، ٢٠٠٥.
٥. د. مؤيد الطوالبة، مسؤولية المعلن عن الإعلان المضلل في المواقع والاسواق الإلكترونية، وفقاً لقانون حماية المستهلك الإماراتي رقم ١٥ لسنة ٢٠٢٠، بحث منشور في مجلة وزارة العدل الإماراتية، إدارة البحوث والدراسات، العدد ١٥، المجلد ٧، ٢٠٢٣.

و. التشريعات الوطنية.

١. قانون حماية المستهلك المصري رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦.
٢. اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك المصري رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦.
٣. قانون تنظيم الاتصالات المصري رقم ١٠ لسنة ٢٠٠٣.
٤. قانون التجارة المصري رقم ١٧ لسنة ١٩٩٩.
٥. قانون حماية المستهلك الأردني رقم ٧ لسنة ٢٠١٧.
٦. قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية الأردني رقم ١٥ لسنة ٢٠٠١.
٧. قانون الاستهلاك الفرنسي رقم ٩٣/٩٤٩ الصادر في ٢٦ يوليو ١٩٩٣.
٨. التوجيه الأوروبي الصادر في ٨ يونيه لعام ٢٠٠٠ الخاص بالتجارة الإلكترونية.
٩. التوجيه الأوروبي المعدل رقم ١١٤ لسنة ٢٠٠٦ المتعلق بالإعلانات المضللة والمقارنة.
١٠. القانون المدني الفرنسي.

١١. القانون المدني المصري.

١٢. القانون المدني الأردني.

ثانياً: المراجع باللغة الفرنسية.

1. FERAL-SCHUHL(CH): Cyber Droit. Le droit a L'epreuve de L'internet, ed Dalloz Dunod, 3e ᵉed, 2002.
2. patrice JOURDAIN: Les principes de la responsabilite civile, cinquieme edition, Dalloz, paris, 2000.
3. Philippe Le TOURNEAU, Loic CADIET: Droit de la responsabilite et des contrats, Dalloz, Paris, 2002.
4. Jean- Philippe BUGNICOURT, Jean- Sebastien BORGHETTI, Francois COLLART DUTILLEUL: Le droit civil de la responsabilite a l'epreuve du droit special de l'alimentation, Dalloz, N 18, mai, 2010.