

## المسؤولية المدنية الناشئة عن عقد الاعلان التجاري - دراسة قانونية

أ.م. إسراء ناطق عبد الهادي

[emadmoh79@gmail.com](mailto:emadmoh79@gmail.com)

الجامعة التقنية الوسطى - الكلية التقنية الإدارية- قسم تقنيات إدارة الأعمال - بغداد - العراق

### المستخلص

إن الاعلان بصورة عامة يعد من أهم وسائل النشاط الاقتصادي إذ ان العمليات الانتاجية لا يمكن ان تحقق اهدافها الا من خلال التسويق الناجح، وبما ان الاعلان والاعلان التجاري بصورة خاصة يعد أهم وسائل التسويق واسرعها لعرض السلع والخدمات والافكار لغرض بيان صفات المعطن عنه وترغيب الجمهور فيه بطريقة مشروعة تزيد من روح المنافسة المشروعة بين المعلنين وتساهم في ازدهار التنمية الاقتصادية ، لذا تناولنا دراسته في ثلاث مباحث، خصصنا المبحث الاول لدراسة التعريف بعقد الاعلان التجاري وخصصنا الثاني لدراسة اطرافه وتكييفه القانوني، اما المبحث الثالث تناول فيه نطاق المسؤولية المدنية لمزود الخدمة الاعلانية واختتمنا دراستنا بخاتمة تضمنت اهم الاستنتاجات والتوصيات التي توصلنا اليها.

الكلمات المفتاحية: الاعلان التجاري، مزود الخدمة الاعلانية، التكييف القانوني.

## Civil Liability Arising From the Commercial Declaration Contract- Legal Study

Assist. Prof. Esra Natiq Abdul Hadi

[emadmoh79@gmail.com](mailto:emadmoh79@gmail.com)

Middle Technical University - Technical College of Management - Baghdad

Received 16/6/2019

Accepted 31/7/2019

**Abstract:** *The advertisement in general is one of the most important means of economic activity as the production processes cannot achieve their goals but through successful marketing. Since advertising and commercial advertising in particular is the most important means of marketing and the fastest to display goods, services and ideas for the purpose of profiling the advertiser and encourage the public in a legitimate way to increase the legitimate competition between the advertisers and contributing to the prosperity of economic development. We dealt in this study with three fields; we devoted the first topic to study the definition of the commercial declaration and our second assignment to study the parties and its legal adaptation, the third topic dealt with scope of civil liability for the provider of advertising service. The study included the most important conclusions and recommendations that we have reached.*

**Keywords:** Advertising Commercial, Provider of Advertising Service, Legal adaptation.

### المقدمة

يعد الاعلان من أفضل وأقدم وسائل التسويق إذ يتم تخصيص ميزانية مالية كبيرة له في الترويج عن السلع والخدمات والأفكار ويستخدم الاعلان في التسويق من خلال تصميم الاعلانات الداخلية أي في قسم متخصص أو اعلانات خارجية من خلال الاستعانة بالشركات الاعلانية وهذه هي الطريقة الأكثر تطبيقاً إذ يتم التعامل مع أشخاص متخصصين في الاعلانات لخلق أو تطوير الرغبة لدى المتلقي نحو السلع والخدمات والأفكار واقناعه بها.

وسنستعرض في هذه المقدمة، الأهمية والمشكلة والخطة للبحث

### أولاً: أهمية الموضوع

تبرز أهمية موضوع البحث من خلال النقاط الآتية :

1. يعد الاعلان التجاري من أحد أهم طرق عرض السلع والخدمات والأفكار بأعتبره الوسيلة الأقوى على الاطلاق بين طرق الترويج والتسويق في المنظمات.
2. يتسم الاعلان التجاري بالشمولية من حيث الزمان والمكان باستخدام طرق الاعلان التقليدية كالصحف والمجلات والإذاعة والتلفاز وغيرها، كما يشمل الوسائل الحديثة وما جاءت بها ثورة المعلومات الهائلة من بريد إلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي وغيرها من طرق المعلومات.
3. أنه وسيلة جماهيرية تهدف إلى تنشيط تداول السلع والخدمات والأفكار من خلال تعريف الجمهور الشريحة المستهدفة سواء كان (مستهلك أم تاجر) بأنواعه ومواصفاته وما يجره هذا التعريف من زيادة تصريف واقبال الجمهور عليه.
4. يعد الاعلان التجاري طريقة مشروعة قانوناً تزيد من روح المنافسة المشروعة بين المعلنين وتساهم في رفع مستوى التنمية الاقتصادية.

### ثانياً: مشكلة الموضوع

تتلخص مشكلة موضوع البحث بكل مما يأتي:

1. إن الاعلان التجاري من التصرفات القانونية التي لم تعنى بأهتمام المشرع العراقي رغم أهميته البالغة وانتشاره الواسع ومشروعيته قانوناً، إذ أن المشرع العراقي لم ينظمه في أي من تشريعاته التجارية أو المدنية إذ أكتفى بذكره بكلمة واحدة بأعتبره من الأعمال التجارية التي نص عليها في قانون التجارة العراقي رقم 30 لسنة 1984 المعدل.
2. الغموض التام الذي يعتري الاعلان التجاري المقارن الذي هو أحد أنواع الاعلان التجاري، وذلك في جميع أحكامه ومدى مشروعيته من عدمها إذ لم ينظر له المشرع ولو بكلمة واحدة.

### ثالثاً: خطة البحث

لغرض إحاطة قانونية كافية لهذا الموضوع تم تقسيم هذا البحث إلى ثلاثة مباحث، خصصنا المبحث الأول لدراسة التعريف بعقد الاعلان التجاري وخصصنا المبحث الثاني لدراسة أطراف عقد الاعلان التجاري وتكييفه القانوني أما المبحث الثالث تناولنا فيه نطاق المسؤولية المدنية لمزود الخدمة الاعلانية واختتمنا دراستنا بخاتمة تضمنت أهم الاستنتاجات والتوصيات التي توصلنا إليها.

### المبحث الأول: التعريف بعقد الاعلان التجاري

لتحديد التعريف بشكل عام لعقد الاعلان التجاري والتعريف القانوني بشكل خاص لا بد من بحث تعريفه في مطلبين، نخصص المطلب الأول لماهية عقد الاعلان التجاري ونخصص المطلب الثاني لدراسة الخصائص القانونية لهذا العقد.

#### المطلب الأول: ماهية عقد الاعلان التجاري

تعد مسألة تعريف العقد هذا محل دراسة بحثنا أهمية كبيرة مما دفعنا الأمر إلى تناوله من عدة جوانب واختصاصات ومن ثم طرحه من الناحية القانونية فقهاً ومشرعاً. إذ لم يتفق الفقه في وضع تعريف محدد للاعلان التجاري إذ :

- عرفه فقهاء علم الاقتصاد بأن الاعلان: هو وسيلة غير شخصية لتقديم الأفكار أو السلع والخدمات بواسطة جهة معلومة مقابل أجر مدفوع الثمن<sup>(1)</sup>.
- وتعريف آخر بأنه أداة لبيع السلع والخدمات لمجموعة من الناس بهدف تصريف السلع والمنتجات وتحفيز السلوك الاستهلاكي وبالتالي يكون الاعلان عامل منتج في الاقتصاد والذي يسمح بالمنافسة الاقتصادية بين المؤسسات<sup>(2)</sup>.
- كما عرفها فقهاء علم الإدارة بأنه أحد وسائل المزيج الترويجي لتحقيق الهدف المتمثل بالتبادل بين الشخص المنتج والمستهلك<sup>(3)</sup>.
- كما عرفه فقهاء الشريعة الاسلامية بأنه :- علم وفن التقديم المشروع شرعاً للسلع أو الخدمات الشرعية لخلق حالة من الرضا النفسي للجمهور مقابل أجر مدفوع الثمن من خلال وسيط اعلاني شرعي يعلن من خلاله عن هوية وشخصية المعلن<sup>(4)</sup>.

(1) انظر د. عبد المجيد محمود الصالحين - الاعلانات التجارية - أحكامها وضوابطها في الفقه الاسلامي، كلية الشريعة - الجامعة الأردنية (مجلة الشريعة والقانون) العدد الحادي والعشرون - يوليو 2004 ، ص 24 .

(2) انظر فاطمة بلعمر - تأثير الاعلانات التجارية في القنوات القضائية على الثقافة الاستهلاكية عند الشباب - اطروحة دكتوراه علم الاجتماع الاتصال (جامعة وهران محمد بن احمد) الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية عام 2016 - 2017 ص 56 .

(3) انظر علي عبد الكريم محمد المناصير - الاعلانات التجارية مفهوماً وأحكاماً في الفقه الاسلامي - اطروحة دكتوراه - كلية الدراسات العليا - الجامعة الأردنية 2007 ، ص 25 .

(4) انظر د. ماهر حامد الحولي، أ. سالم عبد الله ابو مخدة - الضوابط الشرعية كالاعلانات - مجلة الجامعة الاسلامية (سلسلة الدراسات الشرعية الاسلامية الجامعة الاسلامية غزة فلسطين - المجلد الثامن عشر، العدد الأول يونابر 2010 ، ص 353 .

- وتعريف آخر بأنه وصف سلعة أو منفعة مباحة بأسلوب مباح لغرض ترويجها بوسائل النشر العامة مقابل مبلغ معين يدفعه المعلن.<sup>(1)</sup>
- كما كان للفقهاء القانونيين دور في وضع تعريف للاعلان التجاري إذ عرفه البعض بأنه: وسيلة تهدف إلى التأثير نفسياً على الجمهور تحقيقاً لغايات تجارية (تحقيق الربح).<sup>(2)</sup>
- وعرفه آخرون على أنه: نشاط يعمل على عرض السلع والخدمات للجمهور بوسيلة من وسائل الاعلان بطريقة مثيرة لفاء أجر معين تحفيزاً لهم على الثقافة لتحقيق ربح مادي.<sup>(3)</sup>
- وبذلك يتضح من كل ما تقدم من التعاريف التي جاء بها الفقهاء في مختلف العلوم ومنها الفقه القانوني على أن الاعلان التجاري يتميز بمجموعة من المزايا تتمثل بالآتي: <sup>(4)</sup>

1. إن الاعلان مدفوع الثمن (الأجر) إذ يقوم المعلن بدفع مقابل معين للجهة المعلنة.
  2. هو وسيلة اتصال بالجمهور للترويج عن خدمة معينة أو سلعة أو فكرة أي (غير شخصية).
  3. إن هوية الشخص المعلن تكون معروفة، مما يساعد على التعرف على الرسالة الاعلانية.
  4. يعتمد الاعلان التأثير على المستهلك بمحاولة اغرائه مباشرة وبالتالي التأثير على قراراته الشرائية.
- أما المشرع العراقي لم يعط تعريفاً أو تنظيمياً قانونياً في أي من تشريعاته المدنية أو التجارية عن الاعلان، فقط اكتفى الاشارة بكلمة واحدة عن الاعلان في قانون التجارة العراقي رقم 30 لسنة 1984، إذ نصت المادة (الخامسة / خامساً) منه على: (تعتبر الأعمال الآتية أعمالاً تجارية اذا كانت يقصد الربح ..... النشر والطباعة والتصوير والاعلان).
  - إذ عد المشرع العراقي الاعلان عملاً تجارياً إذ كان الهدف منه تحقيق الربح وبذلك ميزه عن الأعمال الاعلانية المدنية. وبذلك نرى بأن الاعلان بصورة عامة والاعلان التجاري بصورة خاصة من التصرفات القانونية التي لم تعنى بأهتمام المشرع العراقي رغم أهميتها البالغة وانتشارها الواسع مما دفعنا الأمر بدورنا إلى وضع تعريف لهذا التصرف القانوني الذي يتكون من أكثر من طرف لكل منهم حقوق وعليه التزامات مما تطلب الأمر إلى تنظيمه في تعريف قانوني وكالاتي: ( الاعلان التجاري هو عقد بذلك فإنه اتفاق بين طرفين يلتزم بمقتضاه (مزود الخدمة الاعلانية) على إنتاج الرسالة الاعلانية ونشرها أو نشرها فقط إلى الجمهور مقابل عوض مالي يقدمه المعلن إلى المزود).

- مستندين في وضع هذا التعريف على القواعد العامة لتعريف العقد على اعتبار هذا التصرف القانوني هو عقد.<sup>(5)</sup>
- وأخيراً ما يجدر الإشارة إليه بأن من أكثر المصطلحات ألتساقاً بالإعلان التجاري هو الدعاية لذا سنستعرض الفرق بين الدعاية والاعلان باعتبار كل واحدة منها وسيلة لترويج السلع والخدمات والأفكار ويتمثل الفرق بينهما بالآتي<sup>(6)</sup>:

  1. الدعاية يقتصر هدفها على تعريف الجمهور بالشئ المعلن عنه دون الوصول إلى محاولة الإقناع، على خلاف الاعلان التجاري الذي يكون تحقيق التعريف والإقناع بالشئ المعلن عنه.
  2. الدعاية تكون مجانية، بينما الاعلان التجاري يكون جهد مدفوع الثمن.
  3. الدعاية يكون نشرها لمدة واحدة، أما الاعلان التجاري فيمكن نشره لعدة مرات.
  4. الدعاية ليس لها هدف اقتصادي، أما الاعلان التجاري فهذه تحفيز المستهلك ودفعه للشراء أي لتحقيق هدف اقتصادي.

### المطلب الثاني: الخصائص القانونية لعقد الاعلان التجاري

بعد أن توصلنا مما تقدم في المطلب الأول من هذا المبحث بأن الاعلان التجاري هو عقد، فما هو معروف بأن لكل عقد خصائص وأن هذه الخصائص تميز العقد عما غيره من العقود التي قد تختلط به.

#### أولاً: عقد الاعلان التجاري عقد رضائي

إن عقد الاعلان التجاري ينعقد بمجرد اتفاق الطرفين دون أية اجراءات أو شكلية معينة لانعقاده لأن الأصل في العقود الرضا.<sup>(7)</sup>

فمتلماً يكون الايجاب والقبول بين طرفي العقد شفاهاً ممكن أن يكون كتابة وذلك في حال اتفاق طرفي العقد على ذلك أو على أية وسيلة أخرى.<sup>(8)</sup>

(1) انظر علي عبد الكريم محمد المناصير - الاعلانات التجارية - مصدر سابق، ص 22 .

(2) انظر م. د. عطية سلمان خليفة عبد الله ، م. م. محمد صبحي خلف جواد - التتوير المعلوماتي للمستهلك - بحث منشور في مجلة كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية، ص 227 .

(3) انظر د. قصي سلمان هلال - أستاذ القانون الخاص المساعد - الاعلانات التجارية المظلة من منظور القانون المدني، ص 31 .

(4) انظر مصعب سلمان أحمد السامرائي، الاعلان التجاري المحرم والأثر المترتب عليه في اتمام البيع أو فسخه - دراسة فقهية- كلية الإمام الأعظم، جامعة سامراء، دون سنة طبع، شبكة الالوكة، ص 5 .

(5) انظر نص المادة (73) من القانون المدني العراقي رقم 40 لسنة 1951 وتعديلاته.

(6) انظر يمنية بوخون - دور الاعلان في ترويج المبيعات - دراسة حالة مؤسسة الاتصالات موبيليس - بسكره - جامعة محمد خيضر عام 2002 - ص 11 .

(7) انظر نص المادة (73) من القانون المدني العراقي النافذ.

(8) انظر نص المادة (79) من القانون المدني العراقي النافذ.

**ثانياً: عقد الاعلان التجاري عقد معاوضة ملزم لجانبين**

إن عقد الاعلان التجاري هو من عقود المعاوضة التي يلتزم المعلن بتسليم العوض إلى مزود الخدمة الاعلانية مقابل خدمة الاعلان التي يقوم بها هذا الأخير للمعلن تتمثل بالرسالة الاعلانية<sup>(1)</sup> كما أن عقد الاعلان التجاري هو من العقود الملزمة لجانبين أي أنه لا يجوز لأي من طرفي العقد التحلل من التزاماته بإرادته المنفردة دون موافقة الطرف الآخر وتحمل نتائجه<sup>(2)</sup>.

**ثالثاً: عقد الاعلان التجاري من العقود ذات الطابع التجاري**

إن أطراف عقد الاعلان التجاري يمارسون مثل هذه الأعمال (الاعلانية) بصيغة المشروع والاحتراف كما أن الهدف من عقود الاعلان التجاري هو تحقيق الربح، إضافة إلى أن المشرع العراقي تناول الاعلان التجاري بالذكر صراحة بأنه أحد الأعمال التجارية التي نصت عليها المادة (د / خامساً) من قانون التجارة العراقي النافذ.

**رابعاً: عقد الاعلان التجاري من العقود غير المسماة**

إن عقد الاعلان التجاري هو من العقود التي لم ينظمها المشرع العراقي تنظيمياً خاص بها أو تكييفاً معيناً كما لم يعطها اسماً خاص بها لذا فإنه من العقود التي تخضع لأحكام العامة في قانون المدني العراقي<sup>(3)</sup>.

**خامساً: عقد الاعلان التجاري من العقود مستمرة التنفيذ**

إن في عقد الاعلان التجاري ينفذ المتعاقدان التزاماتهما على شكل دفعات، خاصة التزامات مزود الخدمة الاعلانية كما ذكرنا سابقاً في المطلب الأول من هذا المبحث بأن الاعلان التجاري يكون لأكثر من مرة أو عدة مرات خلاف الدعاية كما أن المعلن يمكن أن ينفذ التزاماته بدفع الأجر بأكثر من دفعة أو دفعة واحدة وحسب الاتفاق.

**سادساً: عقد الاعلان التجاري من عقود الاعتبار الشخصي**

إن اعتبار عقد الاعلان التجاري من عقود الاعتبار الشخصي معناه بأن شخصية مزود الخدمة الاعلانية محل اعتبار لدى المعلن، إذ أن في عقد الاعلان التجاري صفة الاعتبار الشخصي يجب توافرها في مزود الخدمة الاعلانية إذ أن المعلن لا يلجأ إلى طلب نشر الرسالة الاعلانية إلى الجمهور إلا لاعتقاده السائد إن مزود الخدمة الاعلانية ذات خبرة وموهبة في مجال الاعلانات، وبذلك منحه الثقة للترويج عن (السلع أو الخدمات أو الأفكار) الخاصة به<sup>(4)</sup>. مما يترتب على ذلك أن فقدان الشخصية القانونية لمزود الخدمة الاعلانية يؤدي إلى انفساخ العقد تلقائياً<sup>(5)</sup> إذ يتضح من كل ما تقدم إن صفة الاعتبار الشخصي يستلزم توافرها في مزود الخدمة الاعلانية للثقة التي يمنحها إياه الطرف الآخر (المعلن) لاعتقاده السائد بمهارته وخبرته العالية في مجال الاعلانات.

**المبحث الثاني: أطراف عقد الاعلان التجاري وتكليفه القانوني**

إن تحديد أحكام عقد الاعلان التجاري يستلزم منا الوقوف على أطراف هذا العقد وتكليفه القانوني، مما يتطلب الأمر منا إلى تناول دراسة هذا المبحث في مطلبين نخصص المطلب الأول لأطراف عقد الاعلان التجاري ونتناول في الثاني تكليفه القانوني.

**المطلب الأول: أطراف عقد الاعلان التجاري**

يتضح لنا ما سبق بأن لعقد الاعلان التجاري طرفان أحدهما يسمى المعلن والآخر يسمى مزود الخدمة الاعلانية وستتناول دراسة الطرفين بالتتابع وكالاتي:

**أولاً: المعلن**

نستعرض في هذا المجال مجموعة تعاريف تتعلق بالمعلن، إذ يعرف بأنه كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بالاعلان عن سلعة أو خدمة أو فكرة أما الترويج بذاته أو بواسطة غيره بأستخدام مختلف وسائل الدعاية والاعلان<sup>(6)</sup>.

(1) انظر د. أنور سلطان - مصادر الالتزام في القانون الأردني - عمان الجامعة الأردنية 1987 ، ص 16 .

(2) انظر د. توفيق حسن فرج - النظرية العامة للالتزام - الجزء الأول عام 1978 ، ص 36 ، انظر د. عبد الرزاق احمد السهوري - الوسيط في شرح القانون المدني - الجزء الأول - نظرية الالتزام بوجه عام - مصادر الالتزام - المجلد الأول ، ط 3 - القاهرة عام 1981 ، ص 67 .

(3) انظر نص المادة (1/76) بأنه (يسري على العقود المسماة منها وغير المسماة القواعد العامة التي يشتمل عليها هذا الفصل)، انظر د. سليمان مرفس - الوافي في شرح القانون المدني في الالتزامات - المجلد الأول - الجزء الثاني - الطبعة الرابعة - عام 1987 ، ص 112 .

(4) انظر د. اباد احمد البطانية - الاعتبار الشخصي وأثره في التعاقد - رسالة ماجستير - جامعة بابل - كلية القانون عام 1999 ، ص 11 .

(5) انظر د. جلال علي العدوي - أصول التزامات - مصادر الالتزام - الاسكندرية، منشأة المعارف، 1997 ، ص 51 .

(6) انظر د. علي السيد حسين ابو دياب، د. وليد محمد بشير - الجوانب القانونية للحماية المدنية للمستهلك من الاعلانات التجارية الكاذبة أو المظلمة في القانون المصري والنظام السعودي - العدد الثاني والثلاثون - الجزء الثاني من مجلة كلية العلوم والدراسات الانسانية بالتقاط جامعة المجمعة - المملكة العربية السعودية.

كما يعرف المعلن بأنه هو من يقوم بنشر المعلومات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة عن طريق وسيلة اعلانية بغية ترويجها للمستهلكين أو المستخدمين وذلك مقابل أجر معين.<sup>(1)</sup> كما أن المعلن هو (منتج ، موزع ، مستورد)<sup>(2)</sup> كما أن المعلن يعد هو المستفيد من الخدمة الاعلانية التي يقدمها مزود الخدمة الاعلانية بغض النظر عن أن هذه الخدمة الاعلانية درت عليه بالنفع أم لا.<sup>(3)</sup> علماً إن المعلن بأعتبره أحد أطراف عقد الاعلان التجاري فإنه يسري عليه ذات أحكام الأهلية الواردة في القواعد العامة. وبذلك نستطيع أن نستنتج من كل ما تقدم بأن المعلن هو الطرف الأول صاحب الايجاب في عقد الاعلان التجاري إذ أنه أما شخص طبيعي أو معنوي يرغب بالاعلان عن سلعته أو خدمته أو أفكاره لدى مزود الخدمة الاعلانية مقابل أجر .

### ثانياً: مزود الخدمة الاعلانية

يُعرف بأنه وكالة الاعلان كمنشأة أعمال متخصصة في تخطيط وإدارة وتنظيم ورقابة وتنسيق النشاطات والفعاليات الاعلانية للمعلن، ويتلخص الالتزام الرئيس والأساس الذي يقع على عاتق مزود الخدمة الاعلانية هو:

1. اعداد الاعلان وتصميمه.
  2. وكذلك الاتصال مع الوسيلة الاعلانية لأستئجار الحيز الاعلاني اللازم لنشر مضمون الاعلان من خلاله.<sup>(4)</sup> وتمثل وظائف مزود الخدمة الاعلانية بالآتي:<sup>(5)</sup>
    1. شراء المساحات في الصحف والمجلات أو الأوقات في المذياع والتلفاز.
    2. اعداد النشرات والكتلوكات.
    3. مساعدة المعلن في تحديد ميزانية الاعلان في مؤسسته.
    4. اعداد كل ما يتعلق بالاعلان من تحرير وتصميم واخراج ونحوه.
    5. اعداد الدراسات النهائية للمستهلك النهائي المستهدف وتحديد النقاط الاعلانية التي سيتم التركيز عليها في الاعلان.
- علماً بأن مزود الخدمة الاعلانية هو الطرف الثاني لهذا العقد. إذ يتضح من كل ما تقدم بأن عقد الاعلان التجاري طرفيه هما المعلن ومزود الخدمة الاعلانية (الناشر)، إذ كل شخص يتأثر بنتيجة ابرام هذا العقد لا يعد طرفاً من أطرافه وإنما يعد (غير) أي أجنبي عن العقد حتى ولو كان الجمهور الذي وجه إليه الاعلان (الشريحة المستهدفة) من العقد.

### المطلب الثاني: التكييف القانوني لعقد الاعلان التجاري

إن تحديد التكييف القانوني لعقد الاعلان التجاري موضوع بحثنا ومحاولة منا ادخال هذا العقد ضمن العقود التقليدية ونظامها القانوني أمراً ليس بالسهل مما تطلب الأمر منا دراسة الآراء الفقهية القانونية بهذا الصدد، إذ يحتاج عقد الاعلان التجاري إلى وصف قانوني خاص به اسوةً بالعقود المسماة إذ لا يعني عدم تنظيم المشرع العراقي لهذه العقود (غير المسماة) قلة أهميتها أو اندام تطبيقاتها إذ يعود السبب في ذلك إلى استحالة احاطة المشرع العراقي بكل ما تنشأ من علاقات بين الأشخاص وعقود لينتقل إلى تنظيمها، وهذا مسار المشرعين عادة إذ لا يمكن احصاء ما يوجد من عقود وحصرها في قوانين خاصة أو مسميات وهنا يكمن دور الفقه في وضع تنظيم قانوني لهذا العقد من خلال الاعتماد والرجوع إلى القواعد العامة (العقود المسماة)، ولذلك ستكون لنا محاولة قانونية بسيطة في وضع تكييف قانوني لهذا العقد.

- إذ ذهب جانب من الفقه إلى أن المعلن عندما يعهد بالاعلان إلى أحد شركات الدعاية والاعلان ومن ثم بدورها تعهد إلى أحد وسائل النشر لتنفيذه ففي هذه الحالة فإن تكييف العلاقة بين المعلن وشركة الدعاية والاعلان عقد وكالة<sup>(6)</sup> إذ عرف المشرع العراقي في القانون المدني العراقي النافذ عقد الوكالة في نص المادة (727) منه والتي تنص على (الوكالة هي أن يقيم شخص غيره مقام نفسه في تصرف جائز معلوم). وهذا يعني أن مزود الخدمة الاعلانية يعد وكيلاً عن المعلن إذ يتولى الاعلان إلى الجمهور عن المعلن. وذهب جانب آخر من الفقه إلى أن تعاقده المعلن مع وسيلة نشر الرسالة الاعلانية دون أنتاجها فإن عقد الاعلان التجاري يعد عقد عمل، أما اذا تعاقده المعلن عن أنتاج الرسالة الاعلانية ونشرها معاً فإن الاعلان التجاري يعد عقد استصناع.<sup>(7)</sup>
  - ونحن بدورنا نذهب إلى أن عقد الاعلان التجاري يقوم مزود الخدمة الاعلانية بتقديم عمل معين أما أنتاج الرسالة الاعلانية ونشرها، أو يقوم فقط بنشر الرسالة الاعلانية التي قدمها الطرف الأول (المعلن) مقابل أجر معين يدفع من قبل هذا الأخير إلى مزود الخدمة الاعلانية فيكون التكييف القانوني لعقد الاعلان التجاري على هذا الأساس كالآتي:
1. إذا كان تعاقده المعلن مع مزود الخدمة الاعلانية على النشر فقط دون أنتاج الرسالة الاعلانية فيذلك تكون ازاء عقد مقاوله وهذا ما نصت عليه المادة (1/865) من القانون المدني العراقي النافذ بأنه (يجوز ان يقتصر المقاول على التعهد بتقديم عمله على أن يقدم رب العمل المادة التي يستخدمها المقاول ....).

<sup>(1)</sup> انظر علي عبد الكرمي محمد المناصير – الاعلانات التجارية – اطروحة دكتوراه، مصدر سابق، ص 60 .

<sup>(2)</sup> المصدر السابق نفسه، ص 61 .

<sup>(3)</sup> انظر د. منتظر محمد مهدي الحمداني – عقد المشورة المهنية – اطروحة دكتوراه جامعة النهدين – كلية الحقوق عام 2003 ، ص 10 .

<sup>(4)</sup> انظر علي عبد الكريم محمد المناصير – الاعلانات التجارية – اطروحة دكتوراه – مصدر سابق، ص 63 – 64 .

<sup>(5)</sup> انظر د. عبد المجيد محمود الصالحين – الاعلانات التجارية – أحكامها وضوابطها في الفقه الاسلامي – مصدر سابق، ص 46 .

<sup>(6)</sup> المصدر السابق نفسه، ص 41-42 .

<sup>(7)</sup> للتفاصيل أكثر انظر المصدر السابق نفسه اعلاه ص (42) ، نص المادة (865/ثانياً) من القانون المدني العراقي النافذ.

2. أما إذا كان تعاقداً (المعلن) مع مزود الخدمة الاعلانية على إنتاج الرسالة الاعلانية ونشرها أي تقديم المادة والعمل معاً فبذلك تكون ازاء عقد استنصاع (وهو أحد أنواع عقود المقاولة) وهذا ما نصت عليه المادة (2/865) من القانون المذكور اعلاه. إذ أن السبب الرئيس الذي دفعنا إلى تكييف عقد الاعلان التجاري إلى أنه عقد مقاولة دون العقود الأخرى الواردة على العمل وذلك للسمة الأساسية التي يتسم بها هذا العقد إلا وهي (عدم وجود التبعية)، أي أن مزود الخدمة الاعلانية ليس تحت اشراف المعلن أو أن يكون تابع له في العمل وهذه هي أهم صفة يتسم بها عقد الاعلان التجاري على خلاف عقد العمل الذي يتسم بالتبعية.

### المبحث الثالث: نطاق المسؤولية المدنية لمزود الخدمة الاعلانية

كما ذكرنا سابقاً في المبحث الأول من هذا البحث بالتحديد في التعريف الذي وضعناه لعقد الاعلان التجاري (من ضمن التعريف) بأن أطرافه هما المعلن وأن الالتزام الرئيس الذي يقع على عاتقه يتمثل بدفع الأجر (المقابل) إلى الطرف الثاني ألا وهو مزود الخدمة الاعلانية الذي بالمقابل يتمثل بالالتزام الرئيس الذي يقع على عاتق هذا الأخير تجاه المعلن ألا وهو (إنتاج الخدمة الاعلانية ونشرها أو نشرها فقط)، وكوننا ازاء عقد فبذلك تنشأ المسؤولية المدنية ازاء كل متعاقد وبما أن مسؤولية المعلن لا تخرج عما تفرزه القواعد العامة فبالتالي لا داعي لسردها وتكفي بأحالتها إلى أحكام القواعد العامة<sup>(1)</sup> وستكتفي ببيان مسؤولية مزود الخدمة الاعلانية، كما لا نريد في هذا المجال أن يثار تحديد موضوع المسؤولية الجنائية التي يتكون ضمن أحكام القوانين الجزائية لأن طبيعة بحثنا هذا مدني لذا سنستبعد المسؤولية الجنائية وسيكون بحث المسؤولية المدنية لمزود الخدمة الاعلانية حصراً، مما دفعنا الأمر إلى تقسيم هذا المبحث إلى مطلبين، نبين في المطلب الأول المسؤولية العقدية لمزود الخدمة الاعلانية أو أما المطلب الثاني سنبحث فيه المسؤولية التقصيرية لهذا الأخير.

#### المطلب الأول: المسؤولية العقدية لمزود الخدمة الاعلانية

إن مسؤولية مزود الخدمة الاعلانية تجاه المعلن عند الاخلال بالالتزام تعاقدي مسؤولية عقدية على اعتبار إن العلاقة بين مزود الخدمة الاعلانية والمعلن أساسها عقد، إذ أن المهنيين ومن ضمنهم مزود الخدمة الاعلانية يرتبطون بعملائهم بعقود محلها تقديم الخدمات وأن الاخلال بواجباتهم والتزاماتهم المهنية لذلك تقوم المسؤولية العقدية<sup>(2)</sup>.  
أذا أمتنع مزود الخدمة الاعلانية عن تنفيذ التزاماته العقدية التي نشأت من العقد الصحيح الذي أبرمه مع المعلن وأصبح التنفيذ مستحيلًا بسبب خطأه فإن المسؤولية العقدية تحققت، وكذلك إذا تأخر المزود في تنفيذ التزامه<sup>(3)</sup> وستتطرق في بيان المسؤولية العقدية لمزود الخدمة الاعلانية لأركان المسؤولية ومن ثم الآثار المترتبة عليها وكالاتي:

#### أولاً: أركان المسؤولية العقدية لمزود الخدمة الاعلانية

لكي تعد مسؤولية المزود عقدية لا بد من توافر الأركان الثلاثة وفق القواعد العامة وهي:

##### 1. الخطأ: إذ يعد المزود مخطئاً في الحالات الآتية:

- إذا لم يتم بتنفيذ التزامه سواء ناشيء عن عمد أو إهمال أو تقصير.
- وأما قام بتنفيذ التزامه لكن في غير الوقت المحدد فبذلك أيضاً تقوم المسؤولية العقدية<sup>(4)</sup>.
- كما يسأل المزود مسؤولية عقدية عن أخطاء مساعديه أو تابعيه<sup>(5)</sup>.

2. الضرر: إذ لا بد لنشوء المسؤولية العقدية من وجود ضرر يلحق بالمعلن نتيجة لثبوت الخطأ الصادر من المزود وبالتالي ثبوت المسؤولية العقدية<sup>(6)</sup> وأن يكون هذا الضرر محققاً أي بمجرد عدم قيام المزود بتنفيذ التزامه (تنفيذ خطأ، تأخر) أو أن يكون مؤكداً الوقوع في المستقبل<sup>(7)</sup>.

أن توافر ركن الضرر الذي ينشأ المسؤولية العقدية للمزود مثال على ذلك كأن يقوم بإعلان ما يراه مناسباً في آلية ونوع الاعلان ثم يتبين بعد ذلك فشل هذا الاعلان بسبب خطأ المزود مما ألحق ضرر مادي بالمعلن.

3. العلاقة السببية: لنشوء المسؤولية العقدية استناداً إلى القواعد العامة بأن الضرر الذي اصاب المعلن يجب أن يكون ناشيء عن خطأ المزود ووجود العلاقة السببية بينهما أي بين (الخطأ والضرر)<sup>(8)</sup> إلا إذا تدخل سبب أجنبي بين الخطأ والضرر وقطع

<sup>(1)</sup> انظر نصوص المواد من ( 168 – 176 ) من القانون المدني العراقي النافذ.

<sup>(2)</sup> انظر د. أشرف جهاد وحيد الاحمد – المسؤولية المدنية للمحامي عن الخطأ المهني رسالة ماجستير في القانون الخاص – جامعة الشرق الأوسط، عام 2011، ص27.

<sup>(3)</sup> انظر نص المادة (168) من القانون المدني العراقي النافذ.

<sup>(4)</sup> انظر د. عبد المجيد الحكيم – الموجز في شرح القانون المدني – الجزء الأول – في مصادر الالتزام – الطبعة الخامسة – بغداد، 1977، ص403.

<sup>(5)</sup> انظر نص المادة (209 / ثانياً) من القانون المدني العراقي النافذ.

<sup>(6)</sup> انظر د. سليمان مرقس – الوافي في شرح القانون المدني – في الالتزامات – المجلد الثاني في العقل الضار والمسؤولية المدنية – القاهرة، 1988، ص133.

<sup>(7)</sup> انظر د. حسن علي دنون – النظرية العامة للالتزام – مصادر الالتزام، بغداد، 1976، ص227.

<sup>(8)</sup> انظر د. أشرف جهاد وحيد الاحمد – المسؤولية المدنية للمحامي عن الخطأ المهني – مصدر سابق، ص31-32.

العلاقة السببية.<sup>(1)</sup> كما أن يقع عبء إثبات انتفاء العلاقة السببية على عاتق المزود لأنه هو من يدعي ذلك.<sup>(2)</sup> ويتضح من كل ما تقدم بأن المزود هو من المهنيين الذين يقدمون خدمات وأن الاخلال بواجباتهم المهنية يترتب عليه قيام مسؤوليته العقدية تجاه الطرف الآخر (المعلن).

### ثانياً: آثار المسؤولية العقدية لمزود الخدمة الاعلانية

تتمثل الضمانات القانونية للمعلن عند ثبوت المسؤولية العقدية لمزود الخدمة الاعلانية بالآتي:

1. **فسخ عقد الاعلان التجاري:** إن ثبوت مسؤولية المزود عن عدم تنفيذ التزامه التعاقدية يؤدي إلى منح المعلن حق في عدم تنفيذ التزاماته وأن يطالب بفسخ العقد وذلك تطبيقاً للأحكام العامة.<sup>(3)</sup>
2. **التعويض:** يعد من أهم ما يترتب من جزاء على المزود عن ثبوت مسؤوليته العقدية هو التعويض وهناك طريقتان لتعويض المعلن تتمثل الطرق بالآتي:
  - أ. التعويض بشرط اتفاقي: ويتم ذلك بالاتفاق بين طرفي العقد ابتداءً على تحديد مقدار التعويض من خلال وضع شرط اتفاقي في العقد عند ابرامه، أو اتفاق لاحق على العقد وفي كلتا الحالتين يخضع التعويض إلى أحكام القواعد العامة.<sup>(4)</sup>
  - ب. التعويض بحكم قضائي: يتم تقدير التعويض من قبل المحكمة بحسب ما تراه مناسباً بقدر ما لحق المعلن من ضرر (ما فاته من كسب وما لحقه من خسارة).<sup>(5)</sup>
3. **التنفيذ العيني:** إذ يحق للمعلن أن يجبر المزود على تنفيذ التزامه تنفيذاً عينياً متى ما كان ذلك ممكناً، أما إذا كان التنفيذ العيني مرهقاً للمزود جاز له أن يدفع تعويضاً للمعلن.<sup>(6)</sup> وإلا فإنه يصر إلى فسخ العقد. ويتضح من كل ما تقدم بأن المزود يكون مسؤولاً مسؤولية عقدية عن أخطائه وأخطاء تابعيه إذا ما توافرت شروط وأركان المسؤولية العقدية.

### المطلب الثاني: المسؤولية التقصيرية لمزود الخدمة الاعلانية

تتحقق المسؤولية التقصيرية متى ما أنعدمت شروط وأركان المسؤولية العقدية التي تم ذكرها في المطلب الأول من هذا المبحث، وأن لتحقق المسؤولية التقصيرية للمزود يجب أن تتوافر أركان المسؤولية الثلاثة (الخطأ، الضرر، العلاقة السببية)، إذ أن المسؤولية التقصيرية للمزود تنشأ عن فعل صادر من هذا الأخير أدى إلى إحداث ضرر بالمعلن أو الغير.<sup>(7)</sup> وسنتناولها بالتتابع كالآتي:

1. فيما يتعلق بالمسؤولية التقصيرية للمزود تجاه المعلن: إذا ارتكب المزود غشاً أو خطأ جسيم في تنفيذ التزامه التعاقدية أذ في حالة ثبوت ذلك يحق للمعلن الرجوع عليه بالتعويض.<sup>(8)</sup>
2. أما فيما يتعلق بالمسؤولية التقصيرية للمزود تجاه الغير: تتمثل بأن يُسأل المزود عن الضرر الذي لحق بالغير متمثلاً هذا الغير بالجمهور المستهدف من الاعلان التجاري، المنافس في عقد الاعلان التجاري المقارن ويقصد بهذا العقد (أي الاعلان التجاري المقارن): هو العقد الذي يقوم من خلاله المعلن عن طريق المقارنة بين السلع والخدمات التي يعرضها هو وبين تلك التي يعرضها منافس آخر محدد الهوية أو قابل للتعيين في الرسالة الاعلانية لغرض أقتناع الجمهور بأفضلية منتجاته عن منتجات غيره، كما ويشترط في الاعلان التجاري المقارن ما يأتي:
  - 1) أن يكون الاعلان المقارن صادقاً.
  - 2) أن لا يؤدي إلى تضليل المستهلك.
  - 3) أن ينصب الاعلان المقارن في الأسعار يجب أن تكون كالآتي:
    - أ. أن تكون المنتجات متماثلة
    - ب. ان تباع بنفس الشروط.
    - ج. تحديد المعلن للمدد التي يبيع تلك السلع بالأسعار المعلنة.
  - 4) أن لا يكون الهدف الرئيس من المقارنة الاستفادة من شهرة علامة تجارية أخرى.
  - 5) أن يقوم المعلن بعرض الاعلان على المنافس قبل بثه.

وهذا ما قام به المشرع الفرنسي.<sup>(9)</sup>

أما موفق المشرع العراقي ازاء الاعلان التجاري المقارن فلا وجود لأي تشريعات تناولته بالتنظيم كما أنه غير معروف مدى مشروعيته من عدمه. مما يتطلب من المشرع العراقي تنظيم الاعلان التجاري المقارن في نصوص قانونية بأعتبره أحد وأهم

<sup>(1)</sup> انظر د. عبد المجيد الحكيم - الموجز في شرح القانون المدني - صدر سابق، ص 415 .

<sup>(2)</sup> انظر نص المادة (7 / ثانياً) من قانون الإثبات العراقي النافذ رقم 107 لسنة 1980 .

<sup>(3)</sup> انظر نص المادة (177 / 1) من القانون المدني العراقي النافذ.

<sup>(4)</sup> انظر نص المادة (170) من القانون اعلاه نفسه.

<sup>(5)</sup> انظر نص المادة (1/207) من القانون المدني العراقي النافذ.

<sup>(6)</sup> انظر نص المادة (246) من القانون المدني اعلاه.

<sup>(7)</sup> انظر د. مصطفى ابراهيم الزلمي، الالتزامات في الشريعة الإسلامية والتشريعات المدنية العربية، الجزء الأول، بغداد، 2000 ، ص 22 وما بعدها.

<sup>(8)</sup> انظر نص المادة (169 / 3) من القانون المدني العراقي النافذ.

<sup>(9)</sup> انظر د. احمد سامي مرهون المعوري، الحماية المدنية المترتبة عن الاعلان التجاري المقارن، دراسة مقارنة، كلية القانون والعلوم السياسية، جامعة الكوفة، بحث-، ص (11-12).

أنواع الاعلان التجاري وبيان مدى مشروعيتها من عدمه. كما أن المزود مسؤول عن أخطاء مساعديه تجاه المعلن والغير وبذلك تقع مسؤولية التعويض على عاتق المزود تجاه كل من المعلن والغير بعد الأعدار.<sup>(1)</sup>

## الخاتمة

بعد أن انتهينا من استعراض جوانب البحث لم يبق سوى استعراض أهم الاستنتاجات والتوصيات التي توصلنا إليها:

### أولاً: الاستنتاجات

1. إن الإعلان التجاري هو من أقوى الوسائل على الإطلاق في عرض الخدمات والسلع والأفكار لما يتسم به من شمولية غير شخصية اعطاها المشرع في قانون التجارة العراقي رقم 30 لسنة 1984 المشروعية القانونية لما له من أهمية في نشر روح المنافسة بين المعلنين والمساهمة في التنمية الاقتصادية.
2. تعد مسألة تعريف عقد الاعلان التجاري من المسائل ذات الأهمية الكبيرة إذ لم يتفق الفقه على وضع تعريف محدد له مما دفعنا الأمر إلى عرض مجموعة تعاريف من مختلف الاختصاصات كعلم الاقتصاد، وعلم الإدارة الشريعة الاسلامية ومن ثم الفقه القانوني وإن هذه التعاريف على اختلافها إلا أنها اجتمعت على ذات المزايا التي يتميز بها الاعلان التجاري.
3. إن المشرع العراقي لم يعط تعريفاً أو تنظيمياً قانونياً في أي من تشريعاته المدنية أو التجارية عن الاعلان التجاري رغم أهميته وانتشاره الواسع، إذ اكتفى الإشارة إليه بكلمة واحدة فقط في قانون التجارة العراقي النافذ.
4. محاولة منا في وضع تعريف لعقد الاعلان التجاري مستندين في وضعه على القواعد العامة بأنه (اتفاق بين طرفين يلتزم بمقتضاه مزود الخدمة الاعلانية على إنتاج الرسالة الاعلانية ونشرها أو نشرها فقط إلى الجمهور مقابل عوض مالي يقدمه الطرف الآخر (المعلن) إلى المزود.
5. إن عقد الاعلان التجاري من العقود التجارية وليس المدنية، إذ تم ذكره ضمن الأعمال التجارية المحددة في القانون، إضافة لوجود عنصر المضاربة فيه.
6. إن إبقاء عقد الاعلان التجاري على أحكام القواعد العامة أما أن يضع القضاء في دائرة ضيقة لا يمكن لها أن تحكم كافة المستجدات، أو العكس يؤدي ذلك إلى التوسع في الاجتهادات القضائية الشخصية.
7. إن مزود الخدمة الاعلانية هو الطرف الثاني في عقد الاعلان التجاري وبذلك يكون (المعلن والمزود) هنا طرفي العقد وكل شخص آخر يتأثر نتيجة ابرام هذا العقد لا يعد طرفاً من أطرافه وإنما يعد اجنبي عن العقد (الغير) حتى ولو كان الجمهور الذي وجه إليه الاعلان (الشريحة المستهدفة).
8. إن عقد الاعلان التجاري يحتاج إلى وصف قانوني (تكبير) خاص به اسوةً بالعقود المسماة الأخرى إذ لا يعني عدم تنظيم المشرع العراقي لهذه العقود (الغير مسماة) قلة أهمية أو انعدام تطبيقها وإنما يعود السبب في ذلك إلى استحالة إحاطة المشرع بكل ما تنشأ من علاقات بين الأشخاص وعقود ليتطرق إلى تنظيمها وهنا يكمن دور الفقه في وضع تكبير قانوني لهذا العقد.
9. إن عقد الاعلان التجاري هو عقد مقاوله (إذا ما قام المزود بالنشر فقط دون إنتاج الرسالة الاعلانية) ويعد عقد استصناع وهو أحد أنواع المقاوله (إذا ما قام بإنتاج ونشر الرسالة الاعلانية) إذا أن السبب الرئيس الذي دفعنا إلى تكبير هذا العقد بأنه عقد مقاوله دون العقود الأخرى الواردة على العمل وذلك للسمة الأساسية التي يتم بها هذا العقد ألا وهي (عدم التبعية) إذ أن المزود لا يعمل تحت اشراف المعلن أو تابع له على خلاف عقد العمل.
10. أن مزود الخدمة الاعلانية في عقد الاعلان التجاري يعد من المهنيين (أصحاب المهن) الذين يقدمون خدمات وان الإخلال بواجباتهم المهنية يترتب عليه قيام المسؤولية العقدية تجاه الطرف الآخر (المعلن) وإذا ما توافرت كذلك شروط وأركان المسؤولية العقدية.
11. يكون مزود الخدمة الاعلانية مسؤول مسؤولية تقصيرية تجاه:
  - المعلن: إذا ما ارتكب غشاً أو خطأ جسيماً في تنفيذ التزاماته التعاقدية.
  - الغير: إذا ما ألحق ضرر بهذا الغير (الاجنبي عن العقد) متمثلاً بالجمهور (الشريحة المستهدفة من الاعلان)، المنافس في الاعلان التجاري المقارن.
12. إن المشرع العراقي لم يتناول الاعلان التجاري المقارن في أي من تشريعاته بالتنظيم كما أنه غير معروف مدى مشروعيتها من عدمها على خلاف المشرع الفرنسي الذي نظم أحكامه واعطاه المشروعية بشروط معينة في قانون حماية المستهلك الفرنسي رقم 18 لسنة 1992 المعدل عام 1997 .

### ثانياً: التوصيات: نوصي بكل مما يأتي:

1. قيام المشرع العراقي بتنظيم كافة أحكام عقد الاعلان التجاري في قانون خاص به. بحكم خصوصيته وعدم الاكتفاء بالقواعد العامة وذلك من خلال وضع قانون يسمى (قانون عقد الاعلان التجاري).

<sup>(1)</sup> انظر نص المادة (257) من القانون المدني العراقي النافذ.



2. قيام المشرع العراقي بتنظيم مواد قانونية خاصة تحكم الاعلان التجاري المقارن واعطائه المشروعية القانونية بشروط معينة لما له من أهمية بالغة اسوةً بالمشرع الفرنسي.
3. قيام كتاب الفقه القانوني بدراسات قانونية شاملة لهذا العقد وخاصة فيما يتعلق بالتكييف القانوني وتحديد طبيعته ورفع توصياتهم إلى المشرع العراقي كخطوة في وضع قانون خاص بنظم هذا العقد.
4. تحديد وتنظيم سلوكيات واخلاقيات مزود الخدمة الاعلانية بأعتباره من المهنيين اسوةً بباقي المهن وضرورة الالتزام بهذه السلوكيات والواجبات المحددة والمنظمة من قبل المشرع العراقي.

## المصادر

## اولاً: الكتب

- [1] د. أنور سلطان، مصادر الالتزام في القانون الأردني، عمان، الجامعة الأردنية، عام 1987.
- [2] د. توفيق حسن فرج، النظرية العام للالتزام، الجزء الأول، عام 1978 .
- [3] د. جلال علي العدوي، أصول التزامات- مصادر الالتزام- الاسكندرية، منشأة المعارف، عام 1997 .
- [4] د. حسن علي ذنون، النظرية العامة للالتزام - مصادر الالتزام، بغداد، عام 1976 .
- [5] د. سليمان مرقس، الوافي في شرح القانون المدني في الالتزامات، المجلد الأول، الجزء الثاني، الطبعة الرابعة، عام 1987 .
- [6] د. سليمان مرقس، الوافي في شرح القانون المدني في الالتزامات، المجلد الثاني في الفعل الضار والمسؤولية المدنية، القاهرة، 1988 .
- [7] د. قصي سلمان هلال، الاعلانات التجارية المظلمة من منظور القانون المدني، دون سنة.
- [8] د. عبد الرزاق أحمد السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، الجزء الأول - نظرية الالتزام بوجه عام - مصادر الالتزام - المجلد الأول، ط3، القاهرة، عام 1981 .
- [9] عبد المجيد الحكيم، الموجز في شرح القانون المدني، الجزء الأول - في مصادر الالتزام، الطبعة الخامسة، بغداد، 1977 .
- [10] د. مصطفى ابراهيم الزلمي، الالتزامات في الشريعة الإسلامية والتشريعات المدنية العربية"، الجزء الأول، بغداد، 2000 .

## ثانياً: الرسائل والاطاريح والبحوث

- [1] د. أحمد سامي مرهون المعموري، "الحماية المدنية المترتبة عن الاعلان التجاري المقارن - دراسة قانونية"، مجلة كلية الحقوق/جامعة النهريين، المجلد 14، العدد 1B، 2012.
- [2] د. أشرف جهاد وحيد الاحمد، "المسؤولية المدنية للمحامي عن الخطأ المهني" رسالة ماجستير في القانون الخاص، جامعة الشرق الأوسط، عام 2011.
- [3] د. أياد أحمد الياطنية، "الاعتبار الشخصي وأثره في التعاقد"، رسالة ماجستير، جامعة بابل، كلية القانون، 1999.
- [4] فاطمة بلمعمر، "تأثير الاعلانات التجارية في القنوات الفضائية على الثقافة الاستهلاكية عند الشباب"، اطروحة دكتوراه في علم الاجتماع والاتصال، جامعة وهران من محمد بن أحمد، الجمهورية الجزائرية، 2016.
- [5] د. عبد المجيد محمود الصالحين، "الاعلانات التجارية أحكامها وضوابطها في الفقه الإسلامي"، كلية الشريعة، الجامعة الأردنية، مجلة الشريعة والقانون، العدد الحادي والعشرون، يونيو، 2004 .
- [6] د. عطية سلمان خليفة عبد الله، م.م. محمد صبحي خلف جواد، "التنوير المعلوماتي للمستهلك"، مجلة كلية القانون للعلوم والسياسة، جامعة كركوك، المجلد 3، العدد 11، 2014.
- [7] د. علي السيد حسين ابو دياب، د. وليد محمد بشير، "الجوانب القانونية للحماية المدنية للمستهلك من الاعلانات التجارية الكاذبة أو المظلمة في القانون المصري والنظام السعودي"، مجلة كلية العلوم والدراسات الإنسانية بالغاظ، الجزء الثاني، العدد الثاني والثلاثين، جامعة المجمع، المملكة العربية السعودية.
- [8] علي عبد الكريم محمد المناصير، "الاعلانات التجارية مفهومها وأحكامها في الفقه الإسلامي"، اطروحة دكتوراه، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، 2007 .
- [9] د. ماهر حامد الحولي، أ. سالم عبد الله ابو مخدة، "الضوابط الشرعية للاعلانات"، مجلة الجامعة الإسلامية، سلسلة الدراسات الإسلامية، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، المجلد الثامن عشر، العدد الأول، يناير، 2010 .
- [10] د. مصعب سلمان أحمد السامرائي، "الاعلان التجاري المحرم والأثر المترتب عليه في اتمام البيع أو فسخه - دراسو فقهية"، كلية الإمام الأعظم، جامعة سامراء، دون سنة طبع، شبكة الالوكة.
- [11] منتظر محمد مهدي الحمداني، "عقد المشورة المهنية"، اطروحة دكتوراه، جامعة النهريين، كلية الحقوق، 2003.
- [12] يمنية بوخنون، "دور الإعلان في ترويج المبيعات، دراسة حالة مؤسسة الاتصالات بيليس"، جامعة محمد خيضر، عام 2002-2003 .

### ثالثاً: القوانين

- [1] القانون المدني العراقي رقم 40 لسنة 1951 وتعديلاته.
- [2] القانون الاثبات العراقي رقم 107 لسنة 1980 .
- [3] قانون التجارة العراقي رقم 40 لسنة 1983 المعدل.