



شبكة المعلومات الجامعية

التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم

بسم الله الرحمن الرحيم



HANAA ALY



شبكة المعلومات الجامعية

التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم



شبكة المعلومات الجامعية التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم



HANAA ALY



شبكة المعلومات الجامعية
التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم

جامعة عين شمس

التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم

قسم

نقسم بالله العظيم أن المادة التي تم توثيقها وتسجيلها
على هذه الأقراص المدمجة قد أعدت دون أية تغيرات



يجب أن

تحفظ هذه الأقراص المدمجة بعيداً عن الغبار



HANAA ALY

جامعة القاهرة
كلية الحقوق

الإعلان

والمسئولية المدنية الناشئة عنه

رسالة لنيل درجة الدكتوراه في الحقوق

مقدمة من الباحث

خميس صاحى عبد التواب إبراهيم

لجنة المناقشة والحكم على الرسالة

ـ الأستاذ الدكتور / سعيد سليمان جبر
أستاذ القانون المدني بكلية الحقوق – جامعة القاهرة
ووكييل الكلية لشئون التعليم والطلاب (الأسبق)

ـ الأستاذ الدكتور / جمال عبد الرحمن محمد على
أستاذ القانون المدني بكلية الحقوق – جامعة بنى سويف
وعميد كلية الحقوق بنى سويف

ـ الأستاذ الدكتور / محمد سامي عبد الصادق
أستاذ القانون المدني بكلية الحقوق – جامعة القاهرة
نائب رئيس جامعة القاهرة لشئون خدمة المجتمع

١٤٤١ / ٢٠٢٠ م

مشرفاً
ورئيسيّاً

عضوأً

عضوأً

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

(وَعَلِمَكَ مَا لَمْ تَكُنْ تَعْلَمُ وَكَانَ فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكَ عَظِيمًا)

سورة النساء من الآية رقم ١١٣

(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُهُودِ)

سورة المائدة من الآية رقم ١

صَدَقَ اللَّهُ الْعَظِيمُ

الاهماء

إلى أمي الغالية :

سر نجاحي ... من علمتني الصبر والمثابرة ...
من كان دعائهما سر كل نجاح في حياتي ...
لعل أوفي لها بعض من جميل ما صنعت .

إلى زوجتي :

ترضية لها عن إنشغالها بإنجاز هذا العمل .

إلى أولادي الأعزاء :

فريدة وسليم ... لعلى أقدم لهم قدوة حسنة في طريق
العلم والمعرفة .

الشكر والتقدير

أتقدم بآيات الشكر والإمتنان والتقدير والمحبة إلى الذين حملوا أقدس رسالة في الحياة ، إلى الذين مهدو لنا طريق العلم والمعرفة ، إلى جميع أساتذتنا الأفاضل .

يسرنى أن أتقدم بجزيل الشكر والعرفان لـ**أستاذى القدير الأستاذ الدكتور/ سعيد سليمان جبر** لتفضله بقبول الإشراف على موضوع الرسالة وعلى توجيهاته بالنصح والإرشاد والعون الذى قدمه لى طوال سنوات البحث ، على الرغم من كثرة أعبائه العلمية وإشرافه على العديد من الباحثين ، ولا شك أن توجيهاته السديدة كان له عظيم الأثر فى إكمال هذا العمل - فجزاه الله خير الجزاء وأمده بوافر الصحة وطول العمر .

وكما يسعدنى أن أتقدم بالشكر لـ**الأستاذ الدكتور/ جمال عبد الرحمن محمد على** على تفضله بقبول المشاركة فى عضوية لجنة المناقشة والحكم رغم كثرة مسئoliاته العلمية والعملية ولاشك فى أن مشاركة سيادته سوف يكون لها عظيم الأثر فى إظهار هذا العمل بأفضل صورة .

وكما يسعدنى أن أتقدم بالشكر لـ**الأستاذ الدكتور/ محمد سامي عبد الصادق** على تفضله بقبول المشاركة فى عضوية لجنة المناقشة والحكم رغم كثرة مسئoliاته العلمية والعملية ولاشك فى أن مشاركة سيادته سوف يكون لها عظيم الأثر فى إظهار هذا العمل بأفضل صورة .

الباحث

مقدمة

يُعد الإعلان من أهم الوسائل التي يقصدها المعلن أيا كان صفتة سواء كان شخصاً عادياً أم تاجراً مهنياً وذلك للتعرف بسلعه ، وخدماته للجمهور متلقى الإعلان ، ثم حثهم على التعاقد على هذه السلع والخدمات ، ولتحقيق هذا الغرض زادت في الآونة الأخيرة الإعلانات بشكل كبير جداً ، وتطورت وتنوعت وسائلها ، وسايرت تطورات وتحولات المجتمع في استخدام التكنولوجيا الحديثة والشبكات الإلكترونية .

ولقد أصبح الإنسان نتيجة لذلك محاطاً بالإعلان في كل مكان سواء في منزله ، أو في الخارج ، فالإعلان يلاحمه أينما كان في العمل ، أو في أماكن الترفيه بل في وسائل المواصلات ، وذلك في مختلف الأوقات على مدار اليوم ، فقد صار الإعلان جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية ، فأينما تولى وجهك فثمة إعلان وأينما تم نظرك فثمة إعلان آخر ، فعصرنا بلا منازع عصر الإعلان .

فصار الإعلان في الوقت الحالى وسيلة للمنافسة بين المعلنين ، وذلك للفوز برضى الجمهور متلقى الإعلان وجذبهم ، واستعمالهم للتعاقد على السلع والخدمات المعلن عنها ولم يدخل المعلنون في سبيل ذلك أى وسيلة لتحقيق هذا الهدف مما جعل هدف الإعلان ، وهو التعريف بالسلعة أو الخدمة وجذب الجمهور يتوارى ويظهر الخداع والكذب في الإعلان ، ومن هذا المنطلق قد امتد بعض المعلنين سوء النية إلى استخدام الرسائل الإعلانية بغرض تضليل متلقى الإعلان عن طريق إظهار مزايا السلع والخدمات والمبالغة في ذلك ، في حين أن الواقع والحقيقة على خلاف ذلك ونظرًا لقلة الخبرة لدى الجمهور ، أو ل حاجتهم

مقدمة

لهذه السلع والخدمات يندفعون للتعاقد أخذين بالوضع الظاهر الوارد بالرسائل الإعلانية.

والأمر في النهاية يعود بالضرر على الجمهور متلقى الإعلان ، والمعلن أيضاً حيث يفسد العلاقة بين الطرفين ، ويضعف الثقة والمصداقية في آلية سلع وخدمات ولو كانت لمعلن آخر مما يعود بالأثر السلبي على الاقتصاد ككل .

والسؤال الذي يطرح نفسه هل عالج المشرع هذا كله وتصدى بسبب تطور وكثرة الإعلان لهذه الآثار السلبية التي تصيب المجتمع من الرسالة الإعلانية غير المشروعه .

الهدف من البحث :

- ١ - دراسة موضوع الإعلان دراسة مفصلة من كافة النواحي ، وما يتعلق به سواء من ناحية ماهيته وقيمتها العقدية ، وما يترتب على ذلك من آثار .
- ٢ - إلقاء الضوء على عقود الإعلان والحقوق المختلفة التي ترتبط به سواء من ناحية كونه عملاً فنياً أو مساسه بحقوق الغير .
- ٣ - تناول عدم مشروعية الإعلان والصور المختلفة التي قد تتجسد فيها تلك الإعلانات غير المشروعة ، وأيضاً تحديد المسئول عن عدم مشروعية الإعلان والجزاءات المترتبة على ذلك .
- ٤ - وضع آلية مزدوجة لمواجهة عدم مشروعية الإعلان ، وذلك من خلال وسائل وقائية لمنع الخداع والتضليل في الإعلان ، وأيضاً وسائل علاجية في حالة نشر الإعلان غير المشروع وبالتالي يترتب عليه وقوع الضرر .

مشكلة البحث :

إن الإعلان عن السلع والخدمات يُعد من الموضوعات الهامة في الوقت الحالى ؛ لأنه يمس بمصالح قطاع كبير جداً من أفراد المجتمع بل ينعكس على الاقتصاد ككل في نهاية الأمر .

وبالطبع يثير ذلك العديد من المشكلات القانونية ذات الطبيعة الخاصة مثل الحقوق التي تتعلق بالإعلان ذاته كعمل فنى ، أو حقوق الغير التي قد يمسها الإعلان ؛ أى أن جوهر الأمر لا يقتصر على عدم المشروعية فقط بل يتعداه إلى جوانب وسائل أخرى ، وأيضاً كيفية الحماية من الإعلان غير المشروع.

ومن هذا المنطلق والأساس كان لا بد من الاهتمام بهذه الموضوعات والبحث فيها لمعالجة المشكلة .

نطاق البحث :

نقتصر في موضوع البحث على مسألة الإعلان عن السلع والخدمات . وبالتالي يخرج عن نطاق هذا البحث الإعلان القضائى المنصوص عليه فى المادة ٦ وما بعدها من قانون المرافعات ، أو إعلانات المناقصات والمزادات وغيرها من الإعلانات التي يكون طابعها غير تجاري .

وموضوع هذه الدراسة يتصل بكثير من العلوم الأخرى ذات الصلة به ، مثل : علم الاقتصاد والإجتماع للتأثير المتبادل والمشترك بين الإعلان وهذين العلمين بل أن الإعلان كان محلاً للتنظيم من قبل عدة قوانين مثل القانون الجنائى ؛ حيث إن هذا القانون الأخير قد جرم الغش والخداع باعتبار أن الإعلان الكاذب والمضلل قد يشكل غشاً أو جريمة نصب بحسب الأحوال .

صعوبات الموضوع :

ومن الجدير بالذكر أن تشعب موضوع الدراسة واتساده بالتطور ووقوع الكثير من المستجدات العملية الهامة في نطاق دائرة كان من الصعوبات على نفسى أن أقف على أبعاد هذه الجوانب .

وقد برزت صعوبة الدراسة من خلال تلمس الباحث واستشعاره المخاطر التي يمكن أن تصيب المجتمع من جراء بعض الممارسات الإعلانية غير المشروعية وقد تزايد إهتمامنا بتلك الدراسة نتيجة شعورنا بالقصور التشريعى في هذا المجال وأيضاً ضعف الدور التي تقوم به الكيانات المهنية والنقابية في هذا الصدد .

وهذا كله بالإضافة إلى إتصال موضوع البحث بعلوم شتى ، وعلاقاته أيضاً بعدة فروع من القانون ، ومساسه بحقوق مالية وغير مالية ، وعلى الرغم من ذلك كله لم يكن محل اهتمام على الصعيد الفقهي والقضائى ، ولدى نكون منصفين فهو لم يحظ بالاهتمام الذى يناسب تطوره وأهميته وخطورة الآثار التي تترتب عليه إذا لم يراع فيه الضوابط القانونية والمهنية ؛ حيث إن الدراسات الفقهية الذى تتناوله بالبحث والدراسة ليست بالكثيرة ، والأحكام القضائية أيضاً نادرة للغاية وأتمنى أن تكون قد قدمنا في هذا البحث حلولاً للصعوبات المتعلقة بموضوع الإعلان عن السلع والخدمات .

منهج البحث :

سوف نقوم في هذا البحث بإتباع المنهج التحليلي المقارن . وذلك من خلال تحليل النصوص القانونية والأحكام القضائية ، وشرح كل جزئية ، والتعرض للقواعد العامة بخصوص تلك المسائل ومحاولة تطبيقها على تلك

مقدمة

المسائل ، وبيان مدى استيعاب أو ملاءمة القواعد العامة لهذه الجزئيات أو الخصوصيات التي تتعلق بكل مسألة ، ويشمل هذا البحث أيضاً مجموعة من الاتجاهات الفقهية المختلفة والأحكام القضائية القديمة والحديثة نسبياً .

أما شق المنهج المقارن فقد حاولنا جمع بعض الحقائق والمعلومات ومقارنتها ببعض ، والعرض للتنظيم التشريعي في كلٌ من مصر وفرنسا والقليل من الدول العربية لموضوع الإعلان ، وبيان أوجه الشبه والإختلاف بين هذه التشريعات ، وهذا ولم نشر في العنوان إلى أن الدراسة مقارنة رغم إعتمادنا على المقارنة ؛ وذلك في محاولة منا لتأصيل موقف المشرع المصري من مسألة الإعلان ، واهتمامنا في المقام الأول بمحاولة إيجاد معالجة شاملة للموضوع .

خطة البحث :

في ضوء المقدمة السابقة سوف نقوم بتقسيم هذه الدراسة إلى فصل تمهدى وقسمين ، وسوف نتعرض في الفصل التمهيدى إلى المقصود بالإعلان وتمييزه عن غيره ، وتنظيمه التشريعي ، ووظائفه وأهدافه .

ثم نطرق في القسم الأول لتكيف الإعلان وقيمة العقدية ، و موقف الفقه والقضاء من ذلك ، والآثار المترتبة على اعتبار الإعلان جزءاً من العقد ، وأيضاً نتناول عقود الإعلان والحقوق المختلفة المتعلقة بهذا الإعلان .

ونخصص القسم الثاني للمسؤولية المدنية في مجال الإعلان ، وذلك عن طريق تناول الصور المختلفة التي تتمثل فيها عدم مشروعية الإعلان ومسؤولية الأشخاص ذات الصلة بالإعلان عن عدم المشروعية وأساس هذه المسؤولية .

مقدمة

ونختتم القسم الثاني بعرض طرق الحماية من الإعلان غير المشروع وذلك من خلال وسائل وقائية سابقة على نشر الإعلان ، وأيضاً وسائل علاجية لاحقة على نشر الإعلان غير المشروع ووقوع الضرر .

لذا ينقسم البحث إلى فصل تمهيدى بالإضافة إلى قسمين رئيسيين :

الفصل التمهيدى : ماهية الإعلان (تعريفه - تميزه - تاريخه - تنظيمه التشريعى - وظائفه - أنواعه).

القسم الأول : ذاتية الإعلان وما يرتبط به .

القسم الثاني : المسئولية المدنية في مجال الإعلان .

الفصل التمهيدي

ماهية الإعلان

(تعريفه - تمييزه - تاريخه - تنظيمه التشريعي - وظائفه - أنواعه)

تمهيد وتقسيم :-

لا بد في بداية دراستنا وقبل التعرض لموضوع الدراسة أن نعرض بعض المفاهيم الأساسية ، وبعض الجوانب التي تتعلق بموضوع البحث ولذلك سنقوم بإلقاء الضوء في هذا الفصل على المقصود بالإعلان وتاريخه ، وتمييزه عن بعض المفاهيم التي قد تختلط به ، ثم نتناول أهداف الإعلان وأنواعه ، وذلك كله من خلال مباحثين متاليين .

المبحث الأول: تعريف الإعلان وتمييزه وتطوره التاريخي .

المبحث الثاني : التنظيم التشريعي للإعلان ووظائفه وأنواعه .

المبحث الأول

تعريف الإعلان وتمييزه وتطوره التاريخي

سنتناول في هذا المبحث المقصود بالإعلان سواء في اللغة ، أو الإصطلاح وأيضا بعض التشريعات التي تناولت هذا المفهوم وتمييزه عن بعض الأمور التي قد تختلط به وكذلك تاريخ الإعلان وتطوره سواء من حيث الشكل أم الأسلوب وسوف نتناول ذلك كله في ثلاثة مطالب متالية :

المطلب الأول : تعريف الإعلان .

المطلب الثاني : تمييز الإعلان بما يختلف به .

المطلب الثالث : التطور التاريخي للإعلان .

المطلب الأول

تعريف الإعلان

أولاً. تعريف الإعلان في اللغة :-

يذكر أول قاموس عربي عرف الإعلان **بالمعنى الإصطلاحى** فى القواميس اللغوية العربية كان المعلم بطرس البستاني اللبناني بقوله فى دائرة معارفه أن الإعلان فى اللغة هو « الإظهار والنشر ». (١)

وقد عرفه القاموس الفرنسي الشهير لاروس بأنه : « مجموع الوسائل المستخدمة للتعریف بمنشأة تجارية أو صناعية وإطراء منتجاتها » .

وورد تعريفه فى القاموس الفرنسي العام بأنه « مجموع الوسائل المستخدمة للتعریف بمنشأة ما » .

أما دائرة المعارف الفرنسية فقد ذهبت إلى أن الإعلان هو « مجموع الوسائل المستخدمة للتعریف الجمهور بمنشأة تجارية أو صناعية ، وإقناعه بامتياز منتجاتها ، والإيعاز إليه بطريقة ما بحاجته إليها » .

وجميع هذه التعريفات اللغوية للإعلان تدور حول التركيز على وظيفة الإعلان من حيث كونه وسيلة تعریف وإخبار بالشيء المعلن عنه ، وذلك من خلال سرد مزايا هذا الشيء .

أى أن الإعلان هو الإظهار وهو عكس الإخفاء أو الكتمان ونستدل على ذلك بقوله تعالى :

(١) المعلم بطرس البستاني ، محیط المحيط ، المجلد الثاني ، مكتبة لبنان بيروت - أشارت لهذا التعريف دكتورة منى الحديدى - الإعلان - الدار المصرية اللبنانية ١٩٩٨ ص ١٩.

أيضاً في تعريف الإعلان انظر لسان العرب ج ١٣ ص ٣٨٩ - ٣٨٨ . حيث ورد به أن الإعلان مأخوذ من (علن) وهو بمعنى المجاهرة كما أنه بمعنى إظهار الشيء .