



مجلة بحوث الشرق الأوسط مجلة علمية مُحَكَّمة (مُعتمدة) شهرياً

العدد مائة وأربعة عشر
(أغسطس 2025)

السنة الخمسون
تأسست عام 1974

يصدرها
مركز بحوث
الشرق الأوسط

الترقيم الدولي: (2536-9504)
الترقيم على الإنترنت: (2735-5233)





الآراء الواردة داخل المجلة تعبر عن وجهة نظر أصحابها وليست مسئولية مركز بحوث الشرق الأوسط والدراسات المستقبلية

رقم الإيداع بدار الكتب والوثائق القومية : ٢٤٣٣٠ / ٢٠١٦

الترقيم الدولي: (Issn :2536 - 9504)

الترقيم على الإنترنت: (Online Issn :2735 - 5233)



مجلة بحوث الشرق الأوسط

مجلة علمية مُحَكَّمة متخصصة في شؤون الشرق الأوسط

مجلة مُعتمدة من بنك المعرفة المصري



موقع المجلة على بنك المعرفة المصري

www.mercj.journals.ekb.eg

- معتمدة من الكشاف العربي للاستشهادات المرجعية (ARCI) . المتوافقة مع قاعدة بيانات كلاريفيت Clarivate الفرنسية.
- معتمدة من مؤسسة أرسيف (ARCif) للاستشهادات المرجعية للمجلات العلمية العربية ومعامل التأثير المتوافقة مع المعايير العالمية.
- تنشر الأعداد تباعاً على موقع دار المنظومة.



العدد مائة وأربعة عشر (أغسطس 2025)

تصدر شهرياً

السنة الخمسون - تأسست عام 1974

المطبعة
مطبعة جامعة عين شمس
Ain Shams University Press



مجلة بحوث الشرق الأوسط
(مجلة مُعتمدة) دورية علمية مُكَمَّمة
(أثنا عشر عددًا سنويًا)
يصدرها مركز بحوث الشرق الأوسط
والدراسات المستقبلية - جامعة عين شمس

رئيس مجلس الإدارة

أ.د. غادة فاروق

نائب رئيس الجامعة لشؤون خدمة المجتمع وتنمية البيئة

ورئيس مجلس إدارة المركز

رئيس التحرير **د. حاتم العبد**

مدير مركز بحوث الشرق الأوسط والدراسات المستقبلية

هيئة التحرير

أ.د. السيد عبد الخالق، وزير التعليم العالي الأسبق، مصر

أ.د. أحمد بهاء الدين خيري، نائب وزير التعليم العالي الأسبق، مصر

أ.د. محمد حسام لطفي، جامعة بني سويف، مصر

أ.د. سعيد المصري، جامعة القاهرة، مصر

أ.د. سوزان القليوبي، جامعة عين شمس، مصر

أ.د. ماهر جميل أبو خوات، عميد كلية الحقوق، جامعة كفر الشيخ، مصر

أ.د. أشرف مؤنس، جامعة عين شمس، مصر

أ.د. حسام ملتطاوي، عميد كلية الآثار، جامعة عين شمس، مصر

أ.د. محمد إبراهيم الشافعي، وكيل كلية الحقوق، جامعة عين شمس، مصر

أ.د. تامر عبد المنعم راضي، جامعة عين شمس، مصر

أ.د. هاجر قلديش، جامعة قرطاج، تونس

Prof. Petr MUZYNY، جامعة جنيف، سويسرا

Prof. Gabriele KAUFMANN-KOHLER، جامعة جنيف، سويسرا

Prof. Farah SAFI، جامعة كمبريدج، فرنسا

إشراف إداري
أ/ أماني جرجس
أمين المركز

إشراف فني
د/ أمل حسن
رئيس وحدة التخطيط والمتابعة

سكرتارية التحرير

أ/ راندا نوار قسم النشر
أ/ شيماء بكر قسم النشر

المحرر الفني
أ/ مرفت حافظ
رئيس وحدة الدعم الفني

تدقيق ومراجعة لغوية
وحدة التدقيق اللغوي - كلية الآداب - جامعة عين شمس
تصميم الغلاف أ/ أحمد محسن - مطبعة الجامعة

ترجمة المراسلات الخاصة بالمجلة إلى: د. حاتم العبد، رئيس التحرير merc.director@asu.edu.eg
وسائل التواصل

البريد الإلكتروني لوحدة النشر merc.pub@asu.edu.eg

جامعة عين شمس - شارع الخليفة المأمون - عباسية - القاهرة، جمهورية مصر العربية، ص.ب: 11566
(وحدة النشر - وحدة الدعم الفني) موبايل / واتساب: 01555343797 (+2)

ترسل الأبحاث من خلال موقع المجلة على بنك المعرفة المصري، www.mercj.journals.ekb.eg
ولن يلتفت إلى الأبحاث المرسلة عن طريق آخر



مجلة بحوث الشرق الأوسط

- رئيس التحرير د. حاتم العبد

- الهيئة الاستشارية المصرية وفقاً للترتيب الهجائي:

- أ.د. إبراهيم عبد المنعم سلامة أبو العلا
- أ.د. أحمد الشربيني
- أ.د. أحمد رجب محمد علي رزق
- أ.د. السيد فليفل
- أ.د. إيمان محمد عبد المنعم عامر
- أ.د. أيمن فؤاد سيد
- أ.د. جمال شفيق أحمد عامر
- أ.د. حمدي عبد الرحمن
- أ.د. حنان كامل متولي
- أ.د. صالح حسن المسلوت
- أ.د. عادل عبد الحافظ عثمان حمزة
- أ.د. عاصم الدسوقي
- أ.د. عبد الحميد شلبي
- أ.د. عفاف سيد صبره
- أ.د. عفيفي محمود إبراهيم
- أ.د. فتحى الشرقاوي
- أ.د. محمد الخزامي محمد عزيز
- أ.د. محمد السعيد أحمد
- لواء / محمد عبد المقصود
- أ.د. محمد مؤنس عوض
- أ.د. مدحت محمد محمود أبو النصر
- أ.د. مصطفى محمد البغدادي
- أ.د. نبيل السيد الطوخي
- أ.د. نهى عثمان عبد اللطيف عزمي
- رئيس قسم التاريخ - كلية الآداب - جامعة الإسكندرية - مصر
- عميد كلية الآداب السابق - جامعة القاهرة - مصر
- عميد كلية الآثار - جامعة القاهرة - مصر
- عميد كلية الدراسات الأفريقية العليا الأسبق - جامعة القاهرة - مصر
- أستاذ التاريخ الحديث والمعاصر - كلية الآداب - جامعة القاهرة - مصر
- رئيس الجمعية المصرية للدراسات التاريخية - مصر
- كلية الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس - مصر
- عميد كلية الحقوق الأسبق - جامعة عين شمس - مصر
- (قائم بعمل) عميد كلية الآداب - جامعة عين شمس - مصر
- أستاذ التاريخ والحضارة - كلية اللغة العربية - فرع الزقازيق
- جامعة الأزهر - مصر
- وعضو اللجنة العلمية الدائمة لترقية الأساتذة
- كلية الآداب - جامعة المنيا،
- ومقرر لجنة الترقيات بالمجلس الأعلى للجامعات - مصر
- عميد كلية الآداب الأسبق - جامعة حلوان - مصر
- كلية اللغة العربية بالمنصورة - جامعة الأزهر - مصر
- كلية الدراسات الإنسانية بنات بالقاهرة - جامعة الأزهر - مصر
- كلية الآداب - جامعة بنها - مصر
- نائب رئيس جامعة عين شمس الأسبق - مصر
- عميد كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية - جامعة الجلالة - مصر
- كلية التربية - جامعة عين شمس - مصر
- رئيس مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء - مصر
- كلية الآداب - جامعة عين شمس - مصر
- كلية الخدمة الاجتماعية - جامعة حلوان
- قطاع الخدمة الاجتماعية بالمجلس الأعلى للجامعات ورئيس لجنة ترقية الأساتذة
- كلية التربية - جامعة عين شمس - مصر
- رئيس قسم التاريخ - كلية الآداب - جامعة المنيا - مصر
- كلية السياحة والفنادق - جامعة مدينة السادات - مصر

- الهيئة الاستشارية العربية والدولية وفقاً للترتيب الهجائي :

- أ.د. إبراهيم خليل الغلاف جامعة الموصل - العراق
- أ.د. إبراهيم محمد بن حمد المزيني كلية العلوم الاجتماعية - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية - السعودية
- أ.د. أحمد الحسو جامعة مؤتة - الأردن
- أ.د. أحمد عمر الزيلعي جامعة الملك سعود - السعودية
- أ.د. عبد الله حميد العتابي الأمين العام لجمعية التاريخ والآثار التاريخية كلية التربية للبنات - جامعة بغداد - العراق
- أ.د. عبد الله سعيد الغامدي جامعة أم القرى - السعودية
- أ.د. فيصل عبد الله الكندري عضو مجلس كلية التاريخ، ومركز تحقيق التراث بمعهد المخطوطات جامعة الكويت - الكويت
- أ.د. مجدي فارح رئيس قسم الماجستير والدراسات العليا - جامعة تونس ١ - تونس
- أ.د. محمد بهجت قبيسي جامعة حلب - سوريا
- أ.د. محمود صالح الكروي كلية العلوم السياسية - جامعة بغداد - العراق

- *Prof. Dr. Albrecht Fuess* Center for near and Middle Eastern Studies, University of Marburg, Germany
- *Prof. Dr. Andrew J. Smyth* Southern Connecticut State University, USA
- *Prof. Dr. Graham Loud* University Of Leeds, UK
- *Prof. Dr. Jeanne Dubino* Appalachian State University, North Carolina, USA
- *Prof. Dr. Thomas Asbridge* Queen Mary University of London, UK
- *Prof. Ulrike Freitag* Institute of Islamic Studies, Beilil Frie University, Germany

شروط النشر بالمجلة

- تُعنى المجلة بنشر البحوث المهمة بمجالات العلوم الإنسانية والأدبية ؛
- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين ويتم التحكيم إلكترونياً ؛
- قبل البحوث باللغة العربية أو بإحدى اللغات الأجنبية، وترسل إلى موقع المجلة على بنك المعرفة المصري ويرفق مع البحث ملف بيانات الباحث يحتوي على عنوان البحث باللغتين العربية والإنجليزية واسم الباحث والتايتل والانتفاء المؤسسي باللغتين العربية والإنجليزية، ورقم واتساب، وإيميل الباحث الذي تم التسجيل به على موقع المجلة ؛
- يشار إلى أن الهوامش والمراجع في نهاية البحث وليست أسفل الصفحة ؛
- يكتب الباحث ملخص باللغة العربية واللغة الإنجليزية للبحث صفحة واحدة فقط لكل ملخص ؛
- بالنسبة للبحث باللغة العربية يكتب على برنامج "word" ونمط الخط باللغة العربية "Simplified Arabic" وحجم الخط 14 ولا يزيد عدد الأسطر في الصفحة الواحدة عن 25 سطر والهوامش والمراجع خط Simplified Arabic حجم الخط 12 ؛
- بالنسبة للبحث باللغة الإنجليزية يكتب على برنامج word ونمط الخط Times New Roman وحجم الخط 13 ولا يزيد عدد الأسطر عن 25 سطر في الصفحة الواحدة والهوامش والمراجع خط Times New Roman حجم الخط 11 ؛
- (Paper) مقاس الورق (B5) 17.6 × 25 سم، (Margins) الهوامش 2.3 سم يميناً ويساراً، 2 سم أعلى وأسفل الصفحة، ليصبح مقاس البحث فعلي (الكلام) 21×13 سم. (Layout) والتنسيق: (Header) الرأس 1.25 سم، (Footer) تنسيق 2.5 سم ؛
- مواصفات الفقرة للبحث : بداية الفقرة First Line = 27، اسم، قبل النص = 0.00، بعد النص = 0.00، تباعد قبل الفقرة = 6pt) تباعد بعد الفقرة = 0pt)، تباعد الفقرات (مفرد single) ؛
- مواصفات الفقرة للهوامش والمراجع : يوضع الرقم بين قوسين هالي مثل : (1)، بداية الفقرة Hanging = 0.6 سم، قبل النص = 0.00، بعد النص = 0.00، تباعد قبل الفقرة = 0.00 تباعد بعد الفقرة = 0.00، تباعد الفقرات (مفرد single) ؛
- الجداول والأشكال: يتم وضع الجداول والأشكال إما في صفحات منفصلة أو وسط النص وفقاً لرؤية الباحث، على أن يكون عرض الجدول أو الشكل لا يزيد عن 13.5 سم بأي حال من الأحوال ؛
- يتم التحقق من صحة الإملاء على مسؤولية الباحث لتفادي الأخطاء في المصطلحات الفنية ؛
- مدة التحكيم 15 يوم على الأكثر ، مدة تعديل البحث بعد التحكيم 15 يوم على الأكثر ؛
- يخضع تسلسل نشر البحوث في أعداد المجلة حسب ما تراه هيئة التحرير من ضرورات علمية وفنية ؛
- المجلة غير ملزمة بإعادة البحوث إلى أصحابها سواء نشرت أم لم تنشر ؛
- تعبر البحوث عن آراء أصحابها وليس عن رأي رئيس التحرير وهيئة التحرير ؛
- رسوم التحكيم للمصريين 650 جنيه، ولغير المصريين 155 دولار ؛
- رسوم النشر للصفحة الواحدة للمصريين 25 جنيه، وغير المصريين 12 دولار ؛
- الباحث المصري يسدد الرسوم بالجنيه المصري (بالقسط) بمقر المركز (المقيم بالقاهرة)، أو على حساب حكومي رقم : (9/450/80772/8) بنك مصر (المقيم خارج القاهرة) ؛
- الباحث غير المصري يسدد الرسوم بالدولار على حساب حكومي رقم : (EG71000100010000004082175917) (البنك العربي الأفريقي) ؛
- استلام إفادة قبول نشر البحث في خلال 15 يوم من تاريخ سداد رسوم النشر مع ضرورة رفع إيصالات السداد على موقع المجلة ؛

• **المراسلات :** توجه المراسلات الخاصة بالمجلة إلى: merc.director@asu.edu.eg

السيد الدكتور / مدير مركز بحوث الشرق الأوسط والدراسات المستقبلية، ورئيس تحرير المجلة
جامعة عين شمس - العباسية - القاهرة - ج.م.ع (ص.ب 11566)
للتواصل والاستفسار عن كل ما يخص الموقع : محمول / واتساب: 01555343797 (+2)
(وحدة النشر merc.pub@asu.edu.eg)

• ترسل الأبحاث من خلال موقع المجلة على بنك المعرفة المصري: www.mercj.journals.ekb.eg

ولن يلتفت إلى الأبحاث المرسلة عن طريق آخر.

محتويات العدد (114)

الصفحة	عنوان البحث
الدراسات القانونية	
34-1	صفاء أحمد على
1	الالتزام بالإعلام السابق على التعاقد
82-35	ياسر جابر عبد العزيز
2	دور المحكمة الدستورية العليا في الإصلاح الاقتصادي كمدخل لمكافحة الفساد
128-83	وليد فاروق عطية
3	أثر الرقابة الإلكترونية في مواجهة عجز الموازنة العامة للدولة
172-129	فتحي عبد الله عمران
4	المواجهة الشاملة للإرهاب ((قانونيا وأمنيا)).
الدراسات السياسية	
228-173	نهرين جواد شرقي
5	دور مراكز الفكر في استراتيجية الولايات المتحدة الأمريكية: الحرب الروسية- الأوكرانية أنموذجاً
284-229	أحمد محمد عبد العال
6	براجماتية ردود الفعل غير التأديبية على خطابات الساسة الإسرائيليين على اليوتيوب منذ بدء عملية طوفان الأقصى

الدراسات الاقتصادية

350-285	عزيزة عبد الخالق محمد	واقع التنوع الاقتصادي في مصر وأثره على معدلات البطالة.	7
392-351	رشاد أحمد أحمد	رفع كفاءة وأداء الإنفاق العام في مصر بالتحويل إلى نظام موازنة البرامج والأداء	8

دراسات الحضارة واللغة الأروبية القديمة

482-393	نسرين أمير سيد	الفوينيكس والبينو بين الحضارتين اليونانية والمصرية "دراسة تحليلية مقارنة".	9
---------	----------------	---	---

دراسات باللغات الأجنبية الانجليزية واليابانية

538-483	محمد إبراهيم حسن	التعامل مع التحديات الأمنية:استكشاف ديناميكيات التعاون في منطقة المتوسط.	10
576-539	آلاء أحمد سيد	التمييز بين الرجل والمرأة في الأمثال الشعبية اليابانية	11

العدد افتتاحية (114)

يسرنا أن نقدم لقرائنا الكرام العدد (114) من مجلتنا، والذي يضم باقة متميزة من الأبحاث والدراسات التي تعكس عمق التحولات المتسارعة والتحديات المتعددة التي تواجه مجتمعاتنا المعاصرة في مجالات القانون والسياسة والاقتصاد والثقافة.

في محور الدراسات القانونية، يستهل العدد ببحث حول الالتزام بالإعلام السابق على التعاقد، مبرزاً أهمية الشفافية في بناء علاقات تعاقدية عادلة. كما يتناول دور المحكمة الدستورية العليا في الإصلاح الاقتصادي باعتباره مدخلاً فاعلاً لمكافحة الفساد وترسيخ مبادئ العدالة الاقتصادية. ويُختتم المحور بتحليل معمق للمواجهة الشاملة للإرهاب، من خلال استعراض الأطر القانونية والأمنية الكفيلة بالتصدي لهذه الظاهرة المعقدة.

أما في مجال الدراسات السياسية، فيسلّط العدد الضوء على دور مراكز الفكر في رسم استراتيجيات الدول، من خلال دراسة حالة الحرب الروسية-الأوكرانية، إضافة إلى تحليل لخطابات الساسة الإسرائيليين عبر منصة اليوتيوب، في محاولة لفهم أعمق للتكتيكات الخطابية والديناميات السياسية المعاصرة.

وفي المجال الاقتصادي، يستعرض العدد بحثين محوريين: أولهما يتناول واقع التنوع الاقتصادي في مصر وتأثيره على معدلات البطالة، وثانيهما يناقش رفع كفاءة الإنفاق العام عبر تبني نظام موازنة

البرامج والأداء، بما يعكس سعيًا نحو تعزيز الكفاءة المالية والاستدامة الاقتصادية.

ويولي العدد اهتمامًا خاصًا بالتراث الفكري الإنساني، من خلال دراسة مقارنة فريدة بين رمزي الفوينيكس والبينو في الحضارتين اليونانية والمصرية، كمدخل لفهم الرمزية الثقافية المشتركة بين الحضارات. ويُختتم العدد بقراءة أنثروبولوجية في الدراسات اليابانية، عبر دراسة تُحلل التمييز بين الرجل والمرأة في الأمثال الشعبية اليابانية، بما يكشف عن البنى الثقافية والاجتماعية العميقة للمجتمع الياباني. إننا نأمل أن يُسهم هذا العدد في إثراء النقاش الأكاديمي، ويوفّر إضافة معرفية نوعية للباحثين والمهتمين بقضايا الساعة، بما يعزز من فهمنا لواقعنا ويستشرف آفاق المستقبل.

والله وليّ التوفيق،

رئيس التحرير

د. حاتم العبد

الدراسات القانونية



www.mercj.journals.ekb.eg

الالتزام بالإعلام السابق على التعاقد

Commitment to pre-contract notification.

صفاء أحمد على حسن

ماجستير في القانون الخاص- جامعة أسيوط

باحثة دكتوراه- قسم القانون المدني

كلية الحقوق- جامعة عين شمس.

Safaa Ahmed Ali Hassan

Master in Private Law-Assiut University

PhD researcher - Department Of civil law

Faculty of Law - Ain Shams University.

Emanahmed11178@yahoo.com

tm2132515@gmail.com



www.mercj.journals.ekb.eg



الملخص:

المعلن عليه إمداد المستهلك بالمعلومات المتعلقة بشأن السلع، وخاصة السلع الحديثة المبتكرة في الأسواق التي قد يكون المستهلك على جهالة منها، ومع عدم توافر الخبرة الفنية في طرق استخدامها مما تعرضه للضرر في الاستعمال، فيكون محل الالتزام بالإعلام السابق على التعاقد هو مضمون العقد المراد إبرامه ومشتملاته التي يجب أن يكون المورد على علم بها ويجب الإفصاح بها للطرف الآخر، ويترتب على ذلك تكوين إرادة المستهلك ومدى قبوله للشيء محل العقد لدفعه لإبرام العقد أو العزوف عنه.

وتشكل تلك المعلومات جوهر الالتزام بالإعلام السابق للتعاقد، فهي الأوصاف المادية والقانونية والأسعار الخاصة بالمنتجات والخدمات ومعرفة شخص المعلن، فضلاً عن كيفية استعمال الشيء محل التعاقد، فيجب إحاطة المستهلك بها ويهتم بمعرفتها حتى يكون على بينة من الأمر، والمعرفة تكون بالطرق التشريعية، كما توجد طرق اقتصادية ظهرت تبعاً للتطورات، وانتشار الإعلانات التجارية مثل الكتالوجات وغيرها.

يلزم المعلن توافر شروط لالتمزام بإعلام المستهلك وهي جهل المستهلك بالبيانات الخاصة بالشيء المبيع محل التعاقد، ومدى معرفة أو إمكانية إلمام المعلن بالمعلومات حول الشيء محل العقد، في حالة إخلال المورد بهذا الالتزام ونشأ عنه ضرر للمستهلك فيحق له إبطال العقد لتوافر عيب الغلط ولعدم العلم الكافي بالمبيع وذلك من أجل حماية المستهلك.



:Abstract

The advertiser must provide consumers with information regarding the goods. Especially modern and innovative products in markets where the consumer may be unaware, including the lack of technical experts in methods of using them, which exposes consumers to harm in usage. The subject of the obligation to inform prior to the contract is guaranteed the contract to be concluded and its contents which the supplier must be aware of and must disclose them to the other part. that results in formation of the consumer's will and extent.

Accepting the product that is the subject of the contract to prompt it to conclude the contract or refrain from it. information constitutes the essence of obligation to pre-contact information it is the physical and legal description and prices of the products and services recognizing the advertiser, as well as recognizing how to use the product that is the subject of contracting. The consumer must be totally informed and be interested in knowing in order to be interested in knowing in order to be aware of the whole matter. knowledge is achieved through legislative methods there are economic methods that there are economic methods that have emerged according to developments. The spread of commercial advertisements such as catalogs. Advertiser 's conditions must be met with the obligation to inform consumers and being fully open consumers ' ignorance of the data on sold items is the subject of the contract. The extent of knowledge about products or the possibility of knowing about the subject matter of the contract, that is what matters. When the supplier breaches this obligation, this results in harm to consumers those who have the right to cancel the contract due to the existence of defects of lack of sufficient knowledge of products sold in order to protect consumers.



المقدمة:

وتنص المادة 163 من القانون المدني المصري "كل خطأ يُسبب ضرراً للغير يلزم من ارتكبه بالتعويض" ونص المشرع الفرنسي في المادة 1382 من القانون المدني الفرنسي أن "كل عمل يوقع ضرراً بالغير يُلزم من وقع هذا الضرر بخطئه أن يقوم بتعويضه" المسؤولية التقصيرية تبنى على أساس فعل خطأ سواء إن كان من المورد أو المعلن فتترتب عليه أحدث ضرر للمستهلك ولا بد من توافر علاقة سببية بين خطأ المورد وضرر المستهلك.

تتنوع وسائل إغواء المستهلك مما يجعل المعلن يرمي بشبাকে على الجمهور المستهدفة ويدفعه للشراء تلك السلع مع استخدام طرق بيع مغرية دون مهلة للتروي في اتخاذ قرار سليم، وتوجه الإلحاح لضرورة الالتزام بإعلام المستهلك بكل البيانات التي تلزمه للتعاقد على منتجات أو الاستفادة من خدمات قبل التعاقد، فيكون في مأمن من الخداع والتضليل، وهذا يقع على عاتق المعلن بأن يوضح المعلومات اللازمة عن العقد ليكون برضا كامل عند إبرام العقد.



أهداف البحث:

يهدف البحث إلى تسليط الضوء على التزام المورد قبل التعاقد تجاه المستهلك بالإدلاء بالبيانات المتصلة بالشيء محل التعاقد، حماية من الضرر الذي يصيب المستهلك من عدم التزام المورد بإعلام المستهلك السابق على التعاقد، فيهدف لتحقيق التوازن بين المستوي المعلوماتي للمتعاقدين.

أهمية البحث:

تأتي أهمية البحث من خلال انتشار المنتجات وخاصة الحديثة ذات التقنيات المعقدة التي يجهل المستهلك التعامل معها، ويلزم المورد إحاطة المستهلك بالتفاصيل كافة عن المنتجات مع عدم إخفاء أي ملابسات للعقد المراد إبرامه، والتعويض عن الضرر من إخلال المورد بالتزام، ويحق للمستهلك إبطال العقد.

مشكلة البحث:

تتمثل مشكلة البحث في الضرر قبل التعاقد الذي يلحق بالمستهلك من جراء تضليل المورد أو كتمان معلومات متعلقة بالشيء المبيع لدفع المستهلك على الشراء.

منهج البحث:

اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي الذي يهدف إلى وصف الالتزام وتحليله من جوانب مختلفة.

خطة البحث:

وبناءً عليه؛ سوف نقسم هذا خطة البحث إلى مبحثين على النحو التالي:

المبحث الأول: مضمون الالتزام بالإعلام السابق على التعاقد.

المطلب الأول: إعلام المستهلك بمعلومات حول الشيء محل التعاقد.

المطلب الثاني: طرق الالتزام بإعلام المستهلك السابق على التعاقد.



المبحث الثاني: شروط قيام المعلن بالالتزام بالإعلام السابق على العقد
وجزاء الإخلال بالالتزام.

المطلب الأول: شروط قيام المعلن بالالتزام بالإعلام السابق على العقد.

المطلب الثاني: جزاء إخلال المعلن بالالتزام السابق على التعاقد.

الخاتمة.

النتائج.

المراجع.

المبحث الأول: مضمون الالتزام بالإعلام السابق على التعاقد

تمهيد وتقسيم:

مع وجود قصور من القانون في حماية المستهلك أدى لوجوب تدخل من
المشرع الذي ألزم المورد بإعلام المستهلك بالمعلومات كافة عن المنتجات أو
الخدمات التي يقدمها، وبيان للمخاطر التي قد يتعرض لها المستهلك مع الاستخدام
وتبصيره المستهلك بما يخفي عليه أو ما لم يتمكن من معرفته، أكدته المشرع الفرنسي
في إجبار المهني بالالتزام بإعلام المستهلك بالبيانات المتعلقة بمحل التعاقد سابقة
التعاقد⁽¹⁾ حتى يجعل المستهلك على بينه من أمره، ولتوضيح ذلك نقسم المبحث إلى
مطلبين:

المطلب الأول: إعلام المستهلك بمعلومات حول الشيء محل التعاقد.

المطلب الثاني: طرق الالتزام بإعلام المستهلك السابق على التعاقد.

المطلب الأول: إعلام المستهلك بمعلومات حول الشيء محل التعاقد

يمكن تعريف الالتزام بالإعلام للمستهلك السابق على التعاقد بأنه "تنبيه أو
إعلام طالب التعاقد بمعلومات من شأنها إلقاء الضوء على واقعة ما أو عنصر ما من
عناصر التعاقد المزمع حتى يكون الطالب على بينه من أمره، بحيث يتخذ قراره الذي



صفاء أحمد على حسن

يراه مناسباً على ضوء حاجته وهدفه من إبرام العقد.⁽²⁾ ويُستفاد من ذلك أنه يوجب على المعلن الالتزام بتقديم للمستهلك المعلومات الخاصة بشأن عناصر العقد المراد انعقاده حتى يتعرف على جميع جوانبه.

ويتطلب الأمر أن يكون عقد البيع شامل بعض المواصفات الخاصة بالمبيع، وخاصة إذا كانت منتجات صناعية فالأزم المورد بتقديم أوصاف كاملة عن محتوياتها، وكل ما يتعلق بها من بيانات بكل موضوعية⁽³⁾، وكما أن القضاء شدد على الالتزام بالإعلام قبل التعاقد الذي يقع على المعلن تجاه المستهلك فيعمل على حماية سلامة رضا المتعاقد، فيقام ذلك الالتزام على ضرورة إدلاء المعلن بالإرشادات التي من خلالها يقدم فكرة ظاهرة عن محل العقد⁽⁴⁾.

الالتزام بالإفصاح أساسه عدم التكافؤ بين أطراف العقد من ناحية العلم بعناصر التعاقد، وملابساته وهذا يجعل على عاتق المورد الالتزام إعلام للطرف الآخر، ولا يكتفي بالمعلومات الأساسية للمنتج محل العقد، بل يقع على البيانات الثانوية مادامت دافع على التعاقد⁽⁵⁾، وهذا ما حرص عليه المشرع في قانون حماية المستهلك رقم 181 لسنة 2018، ويتناول البحث ذلك على النحو التالي:

الفرع الأول: إعلام المستهلك بمعلومات متعلقة بمحل العقد.

الفرع الثاني: الالتزام بإعلام المستهلك بكيفية الاستخدام للشيء محل التعاقد.

الفرع الأول: إعلام المستهلك بمعلومات متعلقة بمحل العقد.

ويوجب على المعلن بإعلام المستهلك بالمعلومات المتعلقة كافة بالشيء محل التعاقد؛ أي الحالة المادية، والقانونية، والإعلام بأسعار المنتج، كما يلزم معرفة شخص المعلن:



أولاً- الإعلام بالمعلومات المتعلقة بالحالة المادية للشيء محل التعاقد:

التزام البائع أن يظهر للمشتري بكل وضوح عند التعاقد أي شيء متعلق بالمنتجات أو الخدمات محل العقد، وذلك ما أكد عليه المشرع في القانون المدني المصري في مادته 419، وما يقابله في المدني الفرنسي في المادة 1602، وتوسع ليمتد المشرع الفرنسي لأكثر من ذلك في المادة 1111 من قانون الاستهلاك الفرنسي الصادر لسنة 1993 الذي جعل المعلومات الخاص بالصفات الجوهرية للمال أو الخدمة محلاً للالتزام البائع أو مقدم الخدمة بالإعلام عنها المستهلك.

وأصدرت محكمة النقض الفرنسية في 1 مارس 2005 بسحب الاستئناف المقدم عن مسؤولية الشركة التي تسببت في إصابة السيدة بسبب نقص المعرفة؛ لأن البائع شخص غير محترف المهنة، وكان على الشركة تقديم البيانات المتعلقة بالعقد قبل إبرامه، ويجب إحاطة الطرف الآخر بها والمخاطر التي تضر بسلامة المستهلك سابقاً على التعاقد وألزمت المخطئ بدفع التكاليف⁽⁶⁾.

ويستنتج من ذلك أن البائع عليه التزام واجب بإعلام المشتري بمدي تناسب الشيء محل العقد بالغرض الذي أعد له، ومدى الاستفادة منه، وأكد القضاء الفرنسي على بالالتزام بالإفصاح على عاتق البائع تجاه المستهلك الذي ليس لديه القدرة بمعرفة السمات الدقيقة للمبيع، أو الخدمة المراد الانتفاع بها حتى يستطيع المستهلك اتخاذ قراره والتأثير في إرادته فيما يتوافق معه والوقوف على مزايا العقد⁽⁷⁾، وعيوب الذاتية مما يدفعه لقرار الشراء أو الانصراف عنه.

الالتزام السابق على التعاقد هو الالتزام بتقديم البيانات الأساسية التي يستفيد منها المستهلك ولا يتمكن من الحصول عليها بطرقه الخاصة تبعاً لطبيعة العقد⁽⁸⁾، فيجب الإفصاح بها قبل التعاقد للمشتري تختلف باختلاف المبيع ذاته، وهي مسألة تترك لفاضي الموضوع للفصل فيها حسبما يرى⁽⁹⁾.



صفاء أحمد على حسن

وأكد على ذلك في سياق المادة 37 من قانون حماية المستهلك رقم 181 لسنة 2018 بيان المعلومات التي يجب تبصير المستهلك بها سابقة على إبرام العقد عن بعد حتى يتمكن من اتخاذ القرار بالشراء وبشكل صريح⁽¹⁰⁾، وكما جعل في نص القانون مادة 35 من ذات القانون، يختص المورد بالإدلاء بالبيانات الخاصة ببيع السلع المستعملة، وعن حالتها ومدى توافر بها من عيوب وحاجتها للإصلاح، وكيفية الحفاظ عليها تنقادي أخطارها⁽¹¹⁾، وتقديم تقرير فني بما يفيد حالة المركبات المستعملة للمستهلك، وتضمنت نص المادة 5 من ذات القانون بأن يلتزم المعلن والمورد بكتابة البيانات باللغة العربية، وتكون بخط واضح مفهوم وإمكانية الكتابة بلغتين، أو أكثر أحدهما العربية حتى يسهل على المستهلك قراءة المحتوى.

ثانياً - الإعلام بالمعلومات المتعلقة بالحالة القانونية للشيء محل التعاقد:

الغاية من تقرير الالتزام بالإعلام المستهلك السابق على التعاقد استئارة إرادة المستهلك نحو التعاقد، بواسطة التعرف على الوضع القانوني للمبيع وبيان الحقوق العينية والشخصية والقيود التي تمنع الانتفاع بالشيء المبيع بالشكل المرغوب فيه⁽¹²⁾.

فيجب على المستهلك الإلمام بالحالة القانونية للشيء محل التعاقد، معرفة الالتزامات، والأعباء والتكاليف المفروضة عليه، المعلن يتحمل بإعلام المستهلك بالحالة القانونية للمبيع قبل إبرام العقد والنتائج المترتبة على إخلال بالالتزامات التي تكبدها بقبوله لإبرام العقد⁽¹³⁾، كما أن المشرع فرض في بعض الأحوال شكل معيناً لبعض العقود باعتبار أن الشكل يكون تبصير لصالح المستهلك، ويعد هذا مخالفة للأصل في العقود وهي توافر الرضائية التي تعد أساس في العقود⁽¹⁴⁾.



ثالثاً- إعلام المستهلك بأسعار المنتجات أو الخدمات:

المشرع المصري في المادة السابعة من القانون حماية المستهلك رقم 181 لسنة 2018⁽¹⁵⁾ على أن يتم إعلان السعر للمنتجات التي يعرضها المعلن، أمام المستهلك بشكل واضح على المنتج ذاته أو العبوة، أو عن طريق وضع ملصق بالسعر الشامل على المنتج نفسه، أو على وحدات عرض المنتج، وتبعاً لطبيعة كل منتج، ويلتزم مقدم الخدمة أن يقدم بصورة ظاهرة معلومات عن الخدمة التي يقدمها، وصفاته وأسعارها والأماكن المتاحة لنشر الخدمة فيها.

رابعاً- الالتزام بإعلام بشخص المعلن:

تحديد شخص المعلن أو المورد من الأمور التي تبتعث في نفس المستهلك الطمأنينة وجاء نص المادة 18|121 من قانون الاستهلاك الفرنسي "يجب حين يتوجه العرض إلى المستهلكين أن يتضمن مجموعة بيانات تسمح بتعريف المورد ومنه إظهار اسم الشركة البائعة وعنوانها وأرقام هواتفها...".

وورد تعديل صادر سنة 1994 المتعلقة بحماية المستهلك في عقود البيع عبر الإنترنت من الإعلانات الكاذبة والخادعة⁽¹⁶⁾، وهذا يتعين العلم بالمورد في المنتجات، كما يوجب على مقدم الخدمة أن يدلي بمصدر المقدم للخدمة للمستهلك، حتى يكون مصدره معروف بالنسبة له ولا يتعرض لأضرار من جراء خدمات مقدمة مجهولة المنشأ والمنبع⁽¹⁷⁾.

الفرع الثاني: الالتزام بإعلام المستهلك بكيفية الاستخدام للشيء محل التعاقد.

في بعض الأحيان قد يصاحب في استعمال السلعة محل التعاقد خطر، لذا يجب تبصير المستهلك بمدي الخطر، وطرق تجنبه قبل إبرام العقد ليتخذ قرار بقبول أو رفض التعاقد⁽¹⁸⁾، كما يلتزم مورد الخدمة بالإدلاء للمستهلك بكيفية التعامل مع المعطيات التقنية الحديثة لاستخدام الخدمات⁽¹⁹⁾؛ فالعلم بخاصية الخطر يُوجب على المورد إعلام المستهلك بطريقة استعمال المنتج كي يتمكن من الانتفاع به بصورة تامة



صفاء أحمد على حسن

وبيان مخاطر الاستعمال الغير صحيح⁽²⁰⁾، وتعد من البيانات الأساسية التي يُحتم إعلام المستهلك بها دون الحاجة لإثبات وجود عيب خفي، وهي كالتالي:

أ - الإعلام بالبيانات الخاصة باستخدام الشيء محل العقد ويظهر أهمية إعلام المستهلك في المنتجات الحديثة والمبتكر في الاستعمال⁽²¹⁾؛ فقد يجهل المستهلك بطريقة الاستخدام مع الشيء المبيع فينبغي على المورد تحمل إعلام المستهلك بالمعلومات الكافية عن المنتج قبل إبرام العقد، وكيفية الحصول على الفائدة المنتظرة من الشيء المبيع، وتوضيح طريقة الاستخدام التي تشكل عامل مؤثر على رضا المستهلك في انعقاد العقد⁽²²⁾.

ب - إعلام المستهلك بخطورة الشيء محل التعاقد قبل إبرام العقد؛ يتعين تبصير المستهلك بالوسيلة المناسبة للسلعة كسبيل لانتفاع بها على أكمل وجه، ولكن لا يقتصر دوره في الإعلام بذلك⁽²³⁾، وإنما يمتد ليشمل الطريقة الملائمة لدفع الخطر وكيفية تجنب المخاطر، والاحتياطات التي يجب اتخاذها عند الاستخدام وخاصة في الأشياء المبتكرة ومعقدة التركيب، وهذا يعني الالتزام بالتحذير السابق على التعاقد أنه "إعلام البائع للمستهلك بخطورة السلعة محل التعاقد فهو التزام يقع على عاتق أحد طرفي العقد بتحذير الطرف الآخر إلى معلومات محددة حيث إحاطة علمه بالمخاطر المادية أو القانونية التي تنشأ عن ذلك العقد".⁽²⁴⁾

ويستدل من نص المادة 27 من قانون حماية المستهلك رقم 181 لسنة 2018⁽²⁵⁾ أن المورد أو المعلن يعد مسؤول عن أي ضرر ناتج عن تقصيره بالإفصاح عن الاحتياطات الواجبة اتباعها المستهلك عند الاستعمال أو التنبيه لاحتمال وقوع ضرر، وأكدت محكمة النقض الفرنسية في أحد أحكامها بأنه يجب على المهني الذي لديه خبرة معرفية كاملة، بأن يقوم بالإفصاح للمستهلك بالبيانات



وتبصرته بالعيوب المرتبطة بالمنتج الذي اختاره، وتوضح الاحترازاات التي يجب عليه اتخاذها عند استعمال المنتج⁽²⁶⁾، وكل تحذير لا يمنع تحمل المسؤولية كاملة.

المطلب الثاني: طرق الالتزام بإعلام المستهلك السابق على التعاقد:

وتتضمن المادة 419 من القانون المدني المصري على طرق إعلام المستهلك بالشيء المبيع محل العقد، ونقتصر في الدراسة على الجانب من الوسائل التشريعية التي نص عليها أحكام القانون، وبعض الطرق الاقتصادية التي ظهرت تبعاً للتطورات الترويج وانتشار الإعلانات التجارية

أولاً- الطرق التشريعية المنصوص عليها في القانون لإعلام المستهلك:

استقر القضاء الفرنسي بترسيخ الالتزام بالإفصاح في جميع المجالات رغم عدم توافر نص عام يقرره، وذلك قبل التعديل بمقتضى مرسوم الصادر سنة 2016 على مبدأ يوجب على كل متعاقد إفصاح للمتعاقد الآخر معه بما يملك من بيانات مؤثره في إرادته التعاقدية في الفترة السابقة على التعاقد، ويحمل هذا الالتزام على عاتق المهني لصالح المستهلك⁽²⁷⁾.

جاءت المادة 133 من التقنين المدني المصري التي أكد المشرع فيها تحديد محل الالتزام حيث يتضح وفقاً لنص أن محل الالتزام يكون معيناً أو على الأقل قابل للتعين إذا كان محل من الأشياء القيمة (المعينة بالذات) أو من الأشياء المثالية (المعينة بالنوع) وإذا لم يعين وقع الالتزام باطلاً⁽²⁸⁾.

ويستنتج من ذلك أنه إذا كان محل العقد منتج معين بالذات؛ فيوجب على المعلن بيان أوصافه بشكل نافي للجهالة فيُحتم عليه وصف المنتج وتحديد جنسه، أو نوعه أو مقداره، وفي حالة عدم تعيين المقدار لسلعة في العقد فيمكن استيفاءها من نية طرفي العقد⁽²⁹⁾، وإذا لم يتم التوضيح بقدر المستطاع فيكون تعيينه حسب العرف أو المألوف في التعاملات، أو يكون للبائع تسليم شيء ذات صنف متوسط ويكتفي أنه يمكن تحديد المنتج من خلال بيانات في العقد⁽³⁰⁾.



صفاء أحمد على حسن

واستخلاصًا لما سبق بيان طريقة إعلام المستهلك بالبيانات يستدل عليها وفقًا لنص المادة 419، والتي يحتوي مضمونها على وسائل إعلام المستهلك، كما يتضح من محكمة النقض المصرية في حكمها ببطلان العقد استنادًا لنص المادة 1|133 التي أوجبت تعيين محل الالتزام بنوعه ومقداره وإلا يعد العقد باطلاً، ونص المادة 1|419 التي أورد فيها أنه يجب على المشتري الإلمام بالمعرفة الكافية عن المبيع، وذلك من خلال اشتمل العقد على أوصاف أساسية للشيء محل العقد، وفي حالة خلو العقد من بيان بمواصفات المبيع يكن باطلاً وفقاً للقانون،⁽³¹⁾ ونقوم بالتوضيح للوسائل الإعلام للمستهلك على النحو الآتي:

أ) معاينة الشيء محل التعاقد:

المعاينة للمبيع تعني الاطلاع عليه حيث يستطيع معرفته على الطبيعة والتحقق من حقيقته المبيع⁽³²⁾، وتعد المعاينة للشيء المبيع هي اللمس لمعرفة نوع القماش أو الأبصار إذا كان مرئي أو تذوقه إذا كان من الأطعمة أو شمه إذا كان كالعطور، وهكذا المعاينة تتم سواء بشكل قانوني أو اتفاقي⁽³³⁾، ويتم من خلالها المعرفة الكافية للشيء محل العقد بالنسبة للمستهلك عند تكوين العقد.

ب) ذكر بيانات والأوصاف الجوهرية المتعلقة بالمبيع محل العقد:

أي وصف الشيء المبيع في العقد وصفاً يجعله مميز عن غيره من نوعه حيث يتمكن المستهلك من معرفة حقيقته، وتعد وسيلة أشمل من معاينة الشيء المبيع⁽³⁴⁾، حكمة تقرير المشرع كتلك الوسيلة للعلم بالمنتج أو الخدمة من باب تيسير المعاملات بين أفراد المجتمع⁽³⁵⁾، ومثل ذلك وجود المبيع في مكان آخر غير مكان المستهلك ويتعذر الانتقال لمعاينة المبيع، فيمكن ذكر أوصاف المنتج وصف دقيقة فهو بذلك أكثر من مجرد تعيين حيث إنه يحدد ملامح الشيء المبيع قبل انعقاد العقد، بحيث يستعيز عن الرؤية بهذا البيان في العقد⁽³⁶⁾.



والمشروع هدف في قانون حماية المستهلك رقم 181 الصادر سنة 2018 على حماية المستهلك، وعمل على التوازن العقدي في المستوى المعلوماتي، ويستنتج ذلك من خلال وضع التزامات على عاتق المورد بأن يقوم بإعلام المستهلك بالموصفات الخاصة كافة بالمنتجات والمعلومات التي تهم المستهلك، مع الكثير من الضوابط التي يجب على المورد اتباعها حفاظاً على حماية المستهلك، وتكوين إرادة واعية عن المنتجات أو الخدمات المعروضة، واتخاذ قرار الشراء بناء على رضا سليم الإرادة.

(ج) إقرار المستهلك بالعلم الكافي بالمبيع محل التعاقد:

يعني إقرار المستهلك في العقد بأنه قد علما بمحتويات العقد المراد إبرامه؛ حيث إن المبيع قد لا يذكر أوصافه، بل يقوم المستهلك بتقديم دليل منه على رؤيته للشيء محل العقد، أو يثبت في اعترافه أنه على يقين المعرفة بالشيء المبيع⁽³⁷⁾، الإقرار يقصد به "اعتراف شخص بحق عليه لآخر توصلاً إلى ثبوت هذا الحق في ذمة الأول وإعفاء الآخر من عبء إقامة الدليل على صحته." ⁽³⁸⁾

تبعاً للمادة 419 من القانون المدني التي نستمد منها حالة الإقرار العلم بالشيء محل التعاقد فهو يعتبر اعتراف من المستهلك بأنه قد كان عالماً بالمنتج أو الخدمة محل العقد علماً كافياً وأصبح حجة على المستهلك، ولا يحق للمستهلك أن يطالب بالبطالان لعدم العلم الكافي بالشيء المبيع إلا في حالة ثبوت تدليس من المعلن أو البائع⁽³⁹⁾.

ثانياً- الوسائل المستحدثة لإعلام المستهلك بالشيء محل التعاقد:

ومن الوسائل التي تابعت التطور وأحدثت تبعاً لتقدم التكنولوجيا نذكر منها:

(أ) الكتالوجات:

في بعض الحالات عدم وجود محل تجاري ومع غياب الاتصال المباشر بين المعلن والمستهلك، انتشار الوسائل الإعلانية الحديثة ومنها تكون وسيلة عرض



صفاء أحمد على حسن

المنتجات هي الكتالوج فيحتوي على بيان الصفات التي تبرز كل منتج، وتميزه عن غيره بشكل جذاب لدفع المستهلك للشراء، وقيام المورد بعرض قائمة المنتجات التي يقدمها بواسطة الكتالوج، وطلب توقيع المستهلك أو تحديد على الأصناف التي يطلب إرسالها إليه⁽⁴⁰⁾.

ب) الملصقات واللافتات الإعلانية:

تعد الملصقات واللافتات من أبرز الوسائل الإعلانية التي يتخذ منها المعلن، يستخدمها منتجون في عرض منتجات والخدمات التي يقدموها لبيان المعلومات الجوهرية وضمان ما بعد التعاقد وغيرها من البيانات⁽⁴¹⁾.

ج) النماذج والعلامات التجارية:

يحاول المعلن إعلام المستهلك بالمنتج من خلال تقديم نموذج لها، وهو عبارة عن شكل مجسم سواء كان بألوان أو بغير ألوان، ويتميز بشكل يبرزه ويظهره كصورة لإيضاح لطبيعة المنتج، مثل نموذج خارجي لسيارة⁽⁴²⁾، والعلامة التجارية تُفيد المستهلك في التعرف على المنتجات التي يرغب في شرائها وتميز منتجات عن أخرى يُستدل من خلالها على سلع لها مزايا معينة⁽⁴³⁾، كما أكدت حكم محكمة النقض على أن الإشارات التي تستخدم كعلامة تجارية تبعاً للمادة 1 من قانون رقم 57 لسنة 1939 وعدم ذكرها على سبيل الحصر، ويعني دخول أغلفة العبوات ذات الألوان المميز شكلها ومبتكرة⁽⁴⁴⁾.

د) عينات المنتجات المباعة: وسيلة لبيع المنتجات فهي طريقة تحضيرية للعرض الشيء المبيع على المستهلك⁽⁴⁵⁾.

هـ) الكربونات: هي أحد أشكال البيع بالمراسلة وتعرض في المجالات والصحف، ويحتوي على معلومات لتساعد في إحاطة جمهور المستهلكين بالمنتجات



والخدمات المتاحة في الأسواق التجارية، والمساهمة في اختيار ما يليبي احتياجاتهم⁽⁴⁶⁾.

**المبحث الثاني: شروط قيام المعلن بالالتزام بالإعلام السابق على العقد
وجزاء الإخلال بالالتزام.**

يتناول الدراسة فيه على مطلبين؛ هما:

المطلب الأول: شروط قيام المعلن بالالتزام بالإعلام السابق على العقد.

**المطلب الثاني: جزاء إخلال المعلن بالالتزام السابق على التعاقد، وتكون
على النحو التالي:**

المطلب الأول: شروط قيام المعلن بالالتزام بالإعلام السابق على العقد.

شروط يجب توافرها لإلزام المعلن بإعلام المستهلك وتكون على النحو التالي:

أولاً- جهل المستهلك بالبيانات الخاصة بالشيء المبيع محل التعاقد:

يُحتم أن يكون الجهل مبرر بشكل مشروع، وللمستهلك حق معرفة المبيع معرفة كافية بكل البيانات المتعلقة بالشيء المبيع وفقاً للمادة 419 من القانون المدني ويترتب على عدم علمه بطلان العقد، ورغم ذلك ينبغي على المستهلك محاولة البحث وإلمامه بالمعلومات الخاصة كافة بالمنتجات التي يسعى لإبرام العقد بشأنها، فكل متعاقد لابد من التحري عن المنتج المراد شراؤه، وجمع المعلومات الخاصة به قدر الإمكان⁽⁴⁷⁾.

فيجب على المستهلك بذل جهد معقول للاستعلام عن الشيء المبيع وإلا فلا يلومن إلا نفس على تقصيره في البحث والمعرفة، مادام تلك المعلومات من السهل عليه معرفتها بنفسه أو بطرقه الخاصة، فلا يمكن تحميل المعلن مسؤولية عدم



صفاء أحمد على حسن

إعلامه⁽⁴⁸⁾، ويستند المستهلك في عدم معرفته وخطأ من جانب المعلن وتحمله المسؤولية في حالة أن يكون جهله بتلك البيانات له مبرر مشروع يلزم المتعاقد الآخر بإعلامه بالمعلومات الخاصة بالعقد المزعم إبرامه، وطرق الاستعلام للمستهلك تكون بالاستعانة بشخص ذو خبرة ويجوز التحقق من المنتج بالوسائل القانونية المتبعة، والتأكد من المركز المالي للمهني والاستعلام من خلال المورد المحترف نفسه⁽⁴⁹⁾ إلا إن الاستعلام بالنسبة للمستهلك قد يحوله الاستناد إلى اعتبارات وهي:

أ) الاستحالة الموضوعية للمستهلك:

الاستحالة الموضوعية تعني الحالات التي يصعب على المستهلك أن يعرف كل المعلومات الخاصة بالشيء محل التعاقد الذي يهدف لإبرامه⁽⁵⁰⁾، ونطاق تطبيق هذا الحالة الاستحالة الموضوعية في إطار الالتزام الضمان العيب الخفي في المادة 447 من القانون المدني المصري، وبعض الأحيان يكون المستهلك نفس مهنة المعلن فلا يتصور عدم معرفته بالمعلومات عن المبيع⁽⁵¹⁾، وقد يرجع سبب الالتزام لعدم المساواة بين المستوى المعرفي للمتعاقدين؛ وذلك بسبب الحياة الفعلية المادية للشيء المبيع تحت سيطرة المعلن وتمكنه من كافة جوانبه من حياة معلومات متعلقة بالشيء محل العقد⁽⁵²⁾.

ب) الاستحالة الشخصية للمستهلك:

الاستحالة تحدث عندما يوجد مانع يحول دون علم المستهلك بالمبيع لظروف شخصية تبرر عدم معرفته بالبيانات المتعلقة بالشيء المبيع، فيمكن أن تكون الصفة العقدية أي سبب اعتبار أحد المتعاقدين، أو بسبب طبيعة العقد ذاته⁽⁵³⁾، وتوجد صورتان للالتزام بإعلام المستهلك السابق على العقد، وهما:



أ- الصورة الأولى: المشروعية ترجع بسبب العقد:

الصفة المشروعة لاعتبارات في العقد قد تكون بسبب العقد ذاته؛ فهو قائم على الثقة في أو صفة في أحد المتعاقدين.

ب- الصورة الثانية: المشروعية ترجع لأحد العاقلين:

يرجع عدم التكافؤ بين المتعاقدين إلى طرف قوي والآخر ضعيف فيجب امتداده بكل البيانات الخاصة بالعقد لسلامة إرادته⁽⁵⁴⁾، وحالة عدم التساوي بين أطراف العقد في المراكز العقدية من الخبرات بمجال محل العقد، وأيضاً المعرفة القانونية بشروط وعناصر العقد، وما يضبطه من نصوص قانونية، وما يفرض عليه من التزامات⁽⁵⁵⁾ لإمكانية وضعه في ذات المستوى التعاقدية.

ثانياً- معرفة المعلن أو إمكانية المعرفة بالمعلومات المتصلة بالشيء محل العقد:

يوجب على المعلن الاحتراف المهني ومعرفته بالنواحي الفنية للمنتجات أو الخدمات التي يقدمها ويتعامل معها في عقود الاستهلاك على النحو العلم الكافي الذي يشمل بيانات الشيء محل العقد، حتى يتمكن من إعلام المستهلك بكل التفاصيل، ومعرفة مدي ضرورة تلك المعلومات في تكوين رضاء المستهلك ورغبة في إتمام العقد أو قد ينسحب عنه⁽⁵⁶⁾، ويمكن قوله بالاستعلام بهدف الإعلام ويكون ذلك على النحو الآتي:

أ- معرفة المعلن بكل المعلومات المتصلة بالشيء المبيع وأهمية العلم به عند المستهلك:

وهذا بمقتضي الضرورة التي يبتغيها المشرع من إقرار الالتزام بالإعلام السابق على التعاقد؛ لتفادي الاختلال بين أطراف التعاقد في المستوى المعرفي والعمل على التعادل بين المتعاقدين في كم المعلومات عن الشيء محل العقد، ودورها الفعال في التأثير على رضاء المستهلك أو المشتري⁽⁵⁷⁾، وفي بعض الأحوال يصعب تعيين



صفاء أحمد على حسن

جميع الأوصاف التي يجب على المهني الإدلاء بها للمستهلك، وهذا يتباين من عقد لآخر⁽⁵⁸⁾، البعض من الفقه الفرنسي يرى الارتكاز على الصفات الأساسية للمنتجات المراد انعقاد عقد بخصوصها ولكنه معيار غير كافٍ في جميع حالات العقود، ولذا يوجد معيار أكثر شمولاً وهو عبارة عن "مدى تناسب المعلومة أو البيان للطرف الآخر"⁽⁵⁹⁾، وبذلك يفترض علم المعلن بالبيانات قبل التعاقد لقيام بالالتزام بالإعلام للمستهلك.

ب- التزام المعلن بالتحري والاستعلام عن المعلومات التي يلتزم بالإفصاح عنها:

المعلن في بعض الأوقات يكون غير ملم بكافة تفاصيل المبيع، ولكن من اليسير عليه جمع تلك الأوصاف المتعلقة بالشيء المبيع، وعليه الإثبات بالدليل أنه ملتزم بواجبه في التحري وإعلام المستهلك السابق على التعاقد⁽⁶⁰⁾، وإحاطة العقاد بأحد عيوب التراضي ومدى تأثيره على سلامة الرضا للمتعاقد الآخر، المعلن يلتزم بالإفضاء بالبيانات للشيء محل التعاقد التي ينص عليها قواعد قانون الاستهلاك بغير الحاجة إلى اتفاق بخصوص هذا⁽⁶¹⁾.

المطلب الثاني: جزاء إخلال المعلن بالالتزام بالإعلام السابق على التعاقد.

في حالة إخلال المعلن، ولم يقوم بدوره في تبصير المستهلك بجميع البيانات المتعلقة بالشيء المبيع محل العقد المراد إبرامه ونشأ عن ذلك ضرر للمستهلك ولم يتحقق العلم الكافي بالمبيع؛ تأسيساً على ذلك مسئولية المعلن يكون كالاتي:

الفرع الأول: حق المستهلك في إبطال العقد.

الفرع الثاني: حق المطالبة بالتعويض.

وبناءً على ذلك يتم توضيح الجزاء المترتب على عدم الالتزام بالإدلاء قبل التعاقد الذي نشأ عنه ضرر ويكون على النحو التالي:



الفرع الأول: حق المستهلك في إبطال العقد:

يرجع حق المستهلك في إبطال العقد نتيجة وجود ضرر ترتب عن إخلال المورد بالالتزام بتبصير المستهلك بجميع التفاصيل المتصلة العقد المراد إبرامه وحق المستهلك في إبطال العقد، ثبت في السند القانوني للمادة 419 مدني التي تضمنت فيها "وإذا ذكر في عقد البيع أن المشتري عالم المبيع سقط حقه في طلب إبطال البيع بدعوى عدم علمه به إلا إذا ثبت تدليس البائع" ويبني على ذلك أن المستهلك يكون على علم كافي ببيان مواصفات الشيء محل العقد، فلا يمكن إنكار العلم به، وفي حالة كتابة العقد يذكر فيه أن المشتري قد أعلم بالشيء المبيع يسقط في طلب إبطال العقد لعدم الإحاطة بالمبيع، وبالتالي في حالة إخلال البائع بالالتزام بالإعلام للمستهلك يحق الأبطال لمصلحته بناء على ذلك.

فالبطلان هو الجزاء الذي اعتد به القانون في حالة توافر أحد عيوب التراضي لإرادة أحد طرفي العقد⁽⁶²⁾ وإقرار البطلان كجزاء في صورة الغلط ولعدم توافر العلم الكافي بالشيء محل العقد ويتم التوضيح بالشكل الآتي:

1 - الإبطال لعيب الغلط:

العقد لكي يستقيم يتوجب سلامة الرضا لإبرام عقد صحيح وفي حالة إقدام والمستهلك لإتمام عقد، ثم اكتشف تعرضه من المعلن للغلط بإعلانه عن المنتجات أو الخدمات وعرضه لبيانات مخالفة للواقع من أجل توهّم للمستهلك، ودفعه لقبول عقد لما كان يقدم عليه لولا تلك المعلومات الخاطئة التي إعلانها ذلك المهني.

فيكون للمستهلك الحق في إبطال العقد بناءً على الغلط كأحد عيوب الرضا التي وقع فيها بفعل المعلن، جاءت نص المادة 1120 من القانون المدني التي يترتب على عدم توافر العلم الكافي بالمبيع الذي يعد غلط في صفات المبيع الأساسية، وأن يكون العقد قابل للبطلان من المشتري الذي وقع في الغلط، وعلي البائع عبء إثبات أن المستهلك لم يدفعه وقوعه في غلط لإبرام العقد.



صفاء أحمد على حسن

وحتى يتم إبطال العقد واعتبار الغلط سبب في عدم العلم بالمبيع لا بد من شرطين؛ هما:

(أ) يشترط في الغلط أن يكون جوهرى في العقد أي بمعنى أن الباعث إلى العقد أساسى فيه ولو لم يكن ذلك السبب لما قبل العقد وارتضاه⁽⁶³⁾، والغلط الجوهرى يكون في حالتين: الأولى: صفة أساسية في المبيع، والأخرى: الغلط في شخص المتعاقد أو سمة من سماته⁽⁶⁴⁾.

(ب) الغلط متصل بالمتعاقد الآخر.

ويتبن أن الغلط الجوهرى في العقد لا يكفي بدوره للمطالبة بإبطال العقد، ولكنه يستلزم أن يكون الغلط متعلق بالطرف الآخر فقد أوقعه بدوره بالغلط، أو كان على بيان بوقوعه، فالغرض رفع الضرر عن المستهلك الواقع في الغلط ويكون إنصافاً التمسك بالغلط في حدود رفع الضرر بغير تجاوز⁽⁶⁵⁾، وضع المشروع شروط ليدفع عنها ضد الاعتداء الخارجى على الإرادة، فسعى الفقه الفرنسى توسع من تطبيق الغلط وخاصة لمصلحة المستهلك عديم الدراية فجعل الالتزام بالتبصير على عائق المهني⁽⁶⁶⁾.

2- الإبطال لعدم العلم بالشيء المبيع:

المبيع غير المعلوم يجعل العقد باطلاً بطلاناً مطلقاً، إهمال الشيء عن الوجود يحول دون تلاقي إرادة أطراف العقد بشكل الذي يعطى فرصة لإبرام العقد إذا لم يكن صرح في العقد معرفته بالشيء⁽⁶⁷⁾، وللمستهلك أن يطالب بإبطال العقد بسبب عدم العلم الكافي للشيء محل العقد مستنداً في ذلك إلى المادة 419 من القانون المدنى المصرى بعيداً كل البعد عن أحكام عيوب التراضى وخاصة أحكام الغلط، حيث يحق للمشتري إثبات عدم توافر العلم لديه ببيانات المبيع عن طريق صور العلم المتفق عليها في القواعد القانونية.



ويرجع ذلك لإخلال المعلن أو البائع بالتزامه بالإعلام السابق للتعاقد ويظل العقد مستمر في آثار البيع، حتى ينتهي بطلب المشتري لإبطاله لعدم الإلمام بمعلومات كافية عن العقد؛ فيعود البيع بأثر رجعي لما كان عليه قبل انعقاد العقد حيث يرد البائع الثمن إذا كان قد استلمه ويرد المشتري الشيء محل العقد إن كان تسلمه أي كل طرف من أطراف العقد يرجع إلي ما كانا عليه قبل التعاقد⁽⁶⁸⁾، ويستنتج ذلك مما ورد في نص المدة 138 مدني، وما يستفاد من نص المادة 141 في القانون المدني المصري، حيث يُستدل من ذلك أن لذوي المصلحة في العقد الباطل يحق له تجاهل أثر العقد الباطل مهما طال الوقت وللقاضي الموضوع الحكم بالبطلان من تلقاء نفسه.

الفرع الثاني: حق المستهلك في المطالبة بالتعويض:

المستهلك من حقه إبطال العقد لعدم العلم الكافي بالشيء المبيع، ولكن من خلال المعاملات العقدية فقد يجد المستهلك أن إبطال العقد لا يكفي لتحقيق رغباته واحتياجاته من العقد فلا يقبل على إبطال العقد، وإنما يبقى عليه ويطالب المهني الذي قصر في إحاطته بالمعلومات اللازمة عن العقد المراد إبرامه بالتعويض عما أصابه من ضرر جراء ذلك العقد وعدم الالتزام، وعن النقص المنفعة من الخسارة التي تعرض لها اقتصاديًا، وبناءً على ذلك أورد المشرع حق بالتعويض عن إخلال المعلن أو البائع عن التزامه بالإعلام السابق على التعاقد.

طبيعة المسؤولية تقام على خطأ مفترض من جانب المورد قبل التعاقد، ولكن هل يعد ذلك الخطأ المتمثل في إخلال المعلن أو المورد في الالتزام بالإعلام السابق على العقد، بذلك يكون في مرحلة قبل إبرام العقد يكن خطأ قائم على مسؤولية عقديه أم مسؤولية تقصيرية؟ الكثير حاول رد الخطأ السابق على التعاقد للمسؤولية العقدية بناءً على عقد الفضالة⁽⁶⁹⁾ أو الوكالة أو الضمان أو رده لاتفاق ضمني⁽⁷⁰⁾ إلا أنه من غير المعقول رد خطأ سابق على التعاقد إلى عقد لم ينشأ من الأصل، وبالتالي رد



صفاء أحمد على حسن

الخطأ بإخلال المعلن في التزامه السابق على التعاقد تحت طائلة المسؤولية التقصيرية، وهذا أنسب لأن الخطأ قبل التعاقد يعد إخلال بالمسؤولية التقصيرية وليس العقدية.

ويستوجب التعويض عن الأضرار من جراء الإخلال بعدم الإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد قبل إبرامه طبقاً لأحكام المسؤولية التقصيرية، وتستلزم استوفاء شروطها وهي خطأ وهو الإخلال بالالتزام وتسبب في ضرر للمستهلك ووجود رابطة سببية بين ذلك الخطأ والضرر الذي لحق بالمستهلك لتقام المسؤولية التقصيرية.



الخاتمة:

بحمد الله وتوفيقه انتهيت من هذا البحث المتعلق بموضوع الالتزام بالإعلام السابق على التعاقد؛ يعني أن مضمون الالتزام بإعلام المستهلك السابق على التعاقد أي البيانات المتعلقة بالشيء محل التعاقد والتي هي نطاق اهتمام من التعاقد، المستهلك يجب أن يكون على علم نافي للجهالة بالشيء محل العقد حتى ينسب له اتخاذ قراره بالشراء، أو بالإحجام عن العقد وذلك عن إرادة حرة واعية وتبصير بما تحتوي على المنتجات من مزايا وعيوب وإدراكه لما هو مناسب له. والغاية من ذلك حفظ جوهر الإرادة ذاتها لذا أقر بالإبطال لعيب الغلط أو لعدم توافر العلم بالمبيع، يحق للمشتري المطالبة ببطالان العقد وفقًا لعدم المعرفة التامة للمبيع مع المطالبة بالتعويض عن الضرر ولا يمكن للمورد برفع دعوى عدم العلم بالشيء المبيع حتى وإن لو لم يكن على علم؛ حيث إن عدم معرفته بالمبيع يعد جهل وإهمال منه، فبطبيعة الحال الشيء المبيع في حوزته ويستطيع الإحاطة بكل تفاصيله فعدم علمه يمكن تقصير منه، لذا فلا يعاقب غيره بتقصيره في حق نفسه بناءً على البحث السابق توصلت الباحثة للنتائج التالية:



النتائج:

- 1- الالتزام بالإعلام السابق على التعاقد يحقق التوازن المعرفي العقدي؛ لأنه يسعى لحماية الثقة في المعاملات بغاية انعقاد عقد قائم على إرادة مستتيرة.
- 2- قصور دعاوي عيوب الإرادة في حماية المستهلك من الضرر السابق للتعاقد.
- 3- الإبطال لعدم العلم الكافي بالمبيع يرجع مستمد سنده القانوني من المادة 419 ويقام على أساسها مبدأ الالتزام بالإعلام السابق على التعاقد على حسن النية في التعاملات.
- 4- رد الخطأ بإخلال المعلن في التزامه السابق على التعاقد تحت طائلة المسؤولية التقصيرية، وهذا أنسب لأن الخطأ قبل التعاقد يعد إخلال بالمسؤولية التقصيرية وليس العقدية.
- 5- يهدف قانون حماية المستهلك رقم 181 لسنة 2018 على دعم الحماية للمستهلك.



التوصيات:

- حماية المستهلك من الضرر السابق على التعاقد يستلزم الشارع بوضع ضوابط تعمل على زيادة فاعلية الحماية لجمهور المستهلكين من الإعلان الخداع والمضلل من قبل المورد أو المعلن.
- نهيب بالمشروع ضرورة وضع ضوابط أكثر للالتزام السابق على التعاقد بإعلام المستهلك بالتفاصيل كافة الخاصة بالتعاقد.



الهوامش والمراجع:

- (1) مأمون علي عبده الشرعي، الحماية القانونية للمستهلك عبر الإنترنت، رسالة دكتوراه، جامعة أسيوط، 2018، ص 131 وما بعدها.
- (2) خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2008، ص 94 وما بعدها.
- (3) محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2006، ص 48.
- (4) محمد السعيد رشدي، التعاقد بوسائل الاتصال الحديثة (مع التركيز على البيع بواسطة التلفزيون)، الطبعة الأولى، مطبوعات جامعة الكويت، لجنة التأليف والتعريب والنشر، 1998، ص 16.
- (5) الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد عبر شبكة الإنترنت، مجتمع البحرين القانوني، <https://www.bahrainlaw.net> [6/30/2023.9 p.m].
- (6) Court of Cassation, First Civil Chamber, dated March 1, 2005. No. 04-10.063, P.O. In the bulletin.
- (7) أيمن أحمد الدلوع، المسؤولية المدنية عن الأشياء الخطرة وتطبيقها على شبكات الهاتف المحمول، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2016، ص 86.
- (8) أشرف محمد مصطفى أبو حسين، التزامات البائع في التعاقد بوسائل الاتصال الحديثة، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2009، ص 102.
- (9) عبد العزيز المرسى حمود، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع، بدون دار نشر 2005، ص 28 وما بعدها.
- (10) المادة 37 من قانون حماية المستهلك رقم 181 لسنة 2018 نص المشرع فيها على أنه " يلتزم المورد قبل إبرام العقد عن بعد بأن يمد المستهلك بشكل جلي وصريح بالمعلومات والبيانات التي تمكنه من اتخاذ قراره بالتعاقد..." كما نصت المادة 35 من ذات القانون.
- (11) محمد حسن قاسم، القانون المدني الالتزامات، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2017، ص 274.



- (12) أحمد بومدين، دور الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في حماية رضا المستهلك، مجلة العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادي الجزائري، عدد 1 جوان 2010، ص 175.
- (13) عبد العزيز المرسي حمود، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع، مرجع سابق، ص 35.
- (14) محمد السعيد رشدي، التعاقد بوسائل الاتصال الحديثة، مرجع سابق، ص 17.
- (15) نص المادة السابعة من قانون حماية المستهلك رقم 181 لسنة 2018، وكذلك حدد المشرع تنظيم خاص ببعض التعاقدات فيما أورده في نص المادة 30 من الفصل الثاني الخاص بأحكام خاصة ببعض التعاقدات.
- (16) موقع وزارة العدل الفرنسية WWW. Just. Gov.FR.
- (17) محمد سامي عبد الصادق، خدمة المعلومات الصوتية والالتزامات الناشئة عنها، دار النهضة العربية، القاهرة، 2005، ص 95.
- (18) أحمد بومدين، دور الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في حماية رضا المستهلك، مرجع سابق، ص 177.
- (19) محمد سامي عبد الصادق، خدمة المعلومات الصوتية والالتزامات الناشئة عنها، مرجع سابق، ص 91.
- (20) محمد شكري سرو، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته الخطرة، الطبعة الأولى، دار الفكر العربي، القاهرة، 1983، ص 22.
- (21) أيمن أحمد الدلوع، المسؤولية المدنية عن الأشياء الخطرة وتطبيقها على شبكات الهاتف المحمول، مرجع سابق، ص 92.
- (22) خالد جمال أحمد حسن، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة، 2003، ص 315.
- (23) محمد شكري سرور، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته الخطرة، مرجع سابق، ص 23.
- (24) سعيد سعد عبد السلام، الالتزام بالإفصاح في العقود، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة، 2000، ص 50.



صفاء أحمد على حسن

- (25) أورد المشرع على أنه "ويكون المورد مسئولاً عن كل ضرر يلحقه أو يحدثه المنتج يرجع إلى طريقة استعماله استعمالاً خاطئاً إذا ثبت أن الضرر بسبب تقصير المورد في اتخاذ الحيطة الكافية لمنع وقوع الضرر أو التنبيه إلي احتمال وقوعه".
- (26) 1985,IN .21,P.191, 3 Juaille 1985: BULL. CIV, Cass, Civ
- (27) محمد حسن قاسم، القانون المدني للالتزامات، مرجع سابق، ص 261.
- (28) حمدي عبد الرحمن أحمد، الوسيط في النظرية العامة للالتزامات، الطبعة الثانية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2010، ص 333.
- (29) أيمن سعد، مصادر الالتزام، دار النهضة العربية، القاهرة، 2014، ص 171 وما بعدها.
- (30) سعيد سعد عبد السلام، مصادر الالتزام المدني، دار النهضة العربية، القاهرة، 2002، ص 141.
- (31) نقض رقم 144 لسنة 52 ق جلسة 20 مايو 1986.
- (32) خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، مرجع سابق، ص 119.
- (33) أشرف محمد مصطفى أبو حسين، التزامات البائع في التعاقد، مرجع سابق، ص 188 - عبد العزيز المرسي حمود، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع، مرجع سابق، ص 116.
- (34) عبد الرزاق السنهوري، الوسيط شرح القانون المدني - الجزء الرابع - العقود التي تقع على الملكية البيع والمقايضة، دار إحياء التراث العربي، لبنان، ص 123.
- (35) عبد العزيز المرسي حمود، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع، مرجع سابق، ص 118.
- (36) سمير عبد السيد تناغوا، عقد البيع، الطبعة الأولى، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، 2009، ص 66.
- (37) عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني - الجزء الرابع - العقود التي ترد على الملكية، مرجع سابق، ص 123.
- (38) خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، مرجع سابق، ص 121.
- (39) عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجزء الرابع، مرجع سابق، ص 124.



- (40) عبد العزيز المرسى حمود، الحماية المدنية الخاصة لرضاء المستهلك في عقد البيع التي تتم عن بُعد، بدون دار نشر، 2005، ص 43.
- (41) Alisse (J), this Precite No. 181, p. 185.
- (42) عباس مصطفى المصري، القانون التجاري، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة، 1999، ص 111.
- (43) سميحة القليوبي، الوسيط في شرح قانون التجارة المصري - الجزء الأول، دار النهضة العربية، القاهرة، 2012، ص 320 وما بعدها.
- (44) الطعن رقم 276 لسنة 64 ق، جلسة 23 أبريل 2002.
- (45) محمود عساف، الإعلان، مكتبة عين شمس، القاهرة، بدون سنة نشر، ص 87.
- (46) أحمد السعيد الزقرد، الحماية المدنية من الدعاية التجارية الكاذبة والمضللة، دار الجامعة الجديدة، المنصورة، ص 190.
- (47) خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، مرجع سابق، ص 101.
- (48) عبد العزيز المرسى حمود، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام، مرجع سابق، ص 87.
- (49) خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، مرجع سابق، ص 101.
- (50) سعيد سعد عبد السلام، الالتزام بالإفصاح في العقود، مرجع سابق، ص 24.
- (51) خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، مرجع سابق، ص 102.
- (52) سعيد سعد عبد السلام، الالتزام بالإفصاح في العقود، مرجع سابق، ص 25 وما بعدها.
- (53) أشرف محمد مصطفى أبو حسين، التزامات البائع في التعاقد بوسائل الاتصال الحديثة، مرجع سابق، ص 140.
- (54) فاطمة جلال عبد الله، بطلان العقد لاختلال التوازن المجحف كأثر لعدم تكافؤ المتعاقدين (نظرة في القانون الأمريكي ودعوة للإقرار في القانون المصري)، مجلة البحوث الفقهية والقانونية، العدد التاسع والثلاثون، أكتوبر 2022، ص 536.
- (55) زهية ربيع، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد كوسيلة لحماية المستهلك في عقد البيع الإلكتروني، مجلة العلوم القانونية والسياسية، الجزائر، المجلد 10، العدد 02، سبتمبر 2019، ص 430.
- (56) خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، مرجع سابق، ص 97.



صفاء أحمد علي حسن

- (57) أيمن أحمد الدلوع، المسؤولية المدنية عن الأشياء الخطرة وتطبيقها على شبكات الهاتف المحمول، مرجع سابق، ص 94.
- (58) Muriel Fabre – Magnan : That's accurate. p. 197, etc'
- (59) أشرف محمد مصطفى أبو حسين، التزامات البائع في التعاقد بوسائل الاتصال الحديثة، مرجع سابق، ص 141 وما بعدها.
- (60) V.Cass Iere.Ch. civ. ، 13. juin 1967 ، Bull. civ. IN. 215
- (61) حمدي عبد الرحمن أحمد، الوسيط في النظرية العامة للالتزامات، مرجع سابق، ص 380.
- (62) عبد العزيز المرسى حمود، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع، مرجع سابق، ص 139.
- (63) عبد الفتاح عبد الباقي، نظرية العقد والإرادة المنفردة- الكتاب الأول، دار النهضة العربية، القاهرة، 1984، ص 305.
- (64) حمدي عبد الرحمن أحمد- سهير منتصر، مبادئ القانون (نظرية الحق- مصادر الالتزام وأحكامه)، دار الفكر العربي، ص 124.
- (65) J. Calais- Uluy and F. Steinmetz, Consumer Law, D., 4ed, 1996, p. 169.
- (66) حمدي عبد الرحمن أحمد، الوسيط في النظرية العامة للالتزامات، مرجع سابق، ص 335.
- (67) سعيد سعد عبد السلام، مصادر الالتزام المدني، مرجع سابق، ص 178.
- (68) عبد العزيز المرسى حمود، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع، مرجع سابق، ص 142.
- (69) عقد الفضالة في نص المادة 188 من القانون المدني.
- (70) توافر اتفاق ضمني بين المتعاقدين يتم بمقتضاه كل طرف للآخر بضمان صحة العقد والبعد عن كل ما يعرقل إبرامه أو يؤدي لإبطاله عبد العزيز المرسى حمود، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع، مرجع سابق، ص 150.



Middle East Research Journal

Refereed Scientific Journal
(Accredited) Monthly



Vol.114
August 2025

Issued by
Middle East
Research Center

Fifty year
Founded in 1974



Issn: 2536 - 9504
Online Issn: 2735 - 5233