





مجلة النور للدراسات القانونية

<https://jnls.alnoor.edu.iq/>



جريمة مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات-دراسة مقارنة-

علي محمد شنان الجنابي  
جامعة بابل/ رئاسة الجامعة

معلومات المقال

Article history:

Received: 26 January 2026
Revised: 24 February 2026
Accepted: 8 March 2026

Keywords:

Advertising.
Misleading.
Advertising Agencies.
Crimes of Harm.
Crimes of Endangerment.

تواصل:

م.م. علي محمد شنان

pre813.ali.mohammed@uobabylon.edu.iq

المستخلص

تناولنا في هذا البحث جريمة مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات من خلال البحث في طبيعتها القانونية والأساس الذي تستند إليه، إضافة إلى دراسة الأركان العامة لهذه الجريمة المتمثلة بالركنين المادي والمعنوي، والأركان الخاصة التي تتجلى بصفة الفاعل في الجريمة التي نصت عليها المادة 8 من القانون رقم 45 لعام 1971م، والقصد الجرمي الخاص في الجريمة التي نصت عليها المادة 403 من قانون العقوبات. وقد توصلنا إلى عدة نتائج أهمها أن جريمة مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات من جرائم الخطر وليس من جرائم الضرر، كما اقترحنا بعض المقترحات أهمها ضرورة تعديل عقوبة جريمة مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات، وتعديل قانون حماية المستهلك بشكل يضمن التزام مكاتب الإعلانات بعدم نشر أي إعلان قد يكون مضللاً أو خادعاً للمستهلك.

الكلمات المفتاحية: إعلان، مضلل، مكاتب الإعلانات، جرائم الضرر، جرائم الخطر.

DOI: <https://doi.org/10.69513/jnfls.v3.il.a12>, ©Authors, 2026, College of Law and Political Science, Alnoor University.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Crime of violating advertising agency obligations: A comparative study

Ali M. S. Al-Janabi  

University of Babylon / University Presidency

Abstract:

This research examines the crime of violating the obligations of advertising agencies by analyzing its legal nature and the legal basis upon which it is founded. It also studies the general elements of this crime, represented by the material (actus reus) and moral (mens rea) elements, as well as the specific elements manifested in the status of the offender in the crime stipulated in Article 8 of Law No. 45 of 1971, and the specific criminal intent in the crime stipulated in Article 403 of the Penal Code. The research concludes with several findings, most notably that the crime of violating the obligations of advertising agencies is a crime of endangerment rather than a crime of harm. It also proposes several recommendations, foremost among them the need to amend the penalty for the crime of violating the obligations of advertising agencies, and to amend the Consumer Protection Law in a manner that ensures advertising agencies' compliance with refraining from publishing any advertisement that may be misleading or deceptive to consumers.



المقدمة:

يُنص المشرع العراقي على التزامات مكاتب الإعلانات بشكل رئيسي في قانون تنظيم مكاتب الدعاية والإعلان والنشر رقم 45 لعام 1971م، كذلك نص في قانون حماية المستهلك رقم 1 لعام 2010م، على التزامات المعلن والمحظورات التي يمنع عليه القيام بها تحت طائلة المسؤولية، كما تضمن قانون العقوبات العراقي في المادة 403 منه النص على عقوبة نشر محتوى مخالف للحياة والأداب العامة، وتتراوح عقوبة مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات في القانون العراقي بين الغرامة والحبس الذي يصل إلى السنتين وفقاً لقانون العقوبات.

ولجرائم مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات طبيعة قانونية خاصة تتجلى من خلال ما تطلبه المشرع لتحقيقها من ركن خاص، إضافة إلى أنها من جرائم الخطر التي لا تشترط لقيام ركنها المادي وقوع نتيجة ضارة وإنما يكفي مجرد السلوك الجرمي الذي يهدد بخطر وقوع الضرر. وفي هذا البحث نسلط الضوء على أركان هذه الجرائم وطبيعتها القانونية المتفردة والأساس القانوني الذي تستند إليه.

اشكالية البحث:

تتجلى إشكالية البحث من خلال طرح سؤال رئيسي وهو ما مدى كفاية القواعد القانونية في التشريع العراقي المتعلقة بالتجريم والعقاب على الأفعال المخالفة للالتزامات مكاتب الإعلانات، ويتفرع عن هذا السؤال عدة أسئلة فرعية وهي:

1. ما هو الأساس القانوني الذي تستند إليه جرائم مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات؟
2. هل تعتبر مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات من جرائم الضرر أو الخطر وما النتائج التي تترتب على ذلك؟
3. ما هو الأساس القانوني الذي تستند إليه مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات؟
4. هل يتحقق الركن المعنوي في جرائم مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات على أساس القصد أو الخطأ؟

فرضيات البحث:

- ننتقل في بحثنا هذا من عدة فرضيات وهي:
1. إن المشرع العراقي كان مشتتاً عند النص على جرائم مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات لاسيما في القانون المتعلق بتنظيم مكاتب الدعاية والإعلان والنشر رقم 45 لعام 1971م.
 2. لا يشترط في جرائم مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات وقوع نتيجة جرمية ضارة حتى يعاقب المشرع على الجريمة.
 3. إن هذه الجرائم قد تصل في خطورتها إلى حد الإضرار بالمجتمع بأكمله أو على الأقل إلحاق الضرر بالمستهلك الذي خصه المشرع بالحماية الجزائية.

أهمية البحث:

تتأتى أهمية البحث من خلال أنه يسلط الضوء على جرائم قد تمس بالمجتمع بأكمله لاسيما عندما تخل بالحياة والأداب العامة، خاصة أن هذه الجرائم تصل إلى كل أفراد المجتمع أطفالاً وكباراً من خلال الإعلانات الطرقية والنشر في الصحف والمجلات، كما أن هذه الإعلانات قد تؤدي إلى تضليل المستهلك وخداعه عندما تكون كاذبة ولا تفصح عن حقيقة السلعة، مما يؤدي إلى إلحاق الضرر بفئة المستهلكين الذين هم محل الحماية الجزائية في العديد من هذه الجرائم، لاسيما أن

الإعلانات التجارية التي لا تراعي الضوابط القانونية قد تؤثر في قرار المستهلك بالإقدام على العقد والأضرار التي قد تلحق بالمستهلك بعد تأثره بتلك الإعلانات، خاصة أنها ذات خصائص وسمات لا تتوافق مع ما يتم الإعلان عنه من مزايا تحملها تلك السلع. كما يكتسب هذا الموضوع أهمية خاصة، ومن شأن ذلك أن يؤدي دوراً إحترازياً وقائياً في ضمان حماية حقوق المستهلك.

أهداف البحث:

يهدف من خلال هذا البحث إلى تحقيق عدة غايات وهي:

1. الوقوف على الطبيعة القانونية لجرائم مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات.
2. تحديد الأركان العامة والخاصة لجرائم مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات.
3. تحديد الأساس القانوني الذي تقوم عليه جرائم مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات.
4. دراسة السياسة العقابية للمشرع العراقي في مكافحة جرائم مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات.

منهج البحث:

اتبنا في هذا البحث المنهج التحليلي من خلال تحليل النصوص القانونية في التشريع العراقي التي تناولت جرائم مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات في القانون رقم 45 لعام 1971م وقانون حماية المستهلك رقم 1 لعام 2010م والمواد التي نصت على هذه الجرائم في قانون العقوبات العراقي، إضافة إلى المنهج المقارن من خلال مقارنة النصوص القانونية في التشريع العراقي مع النصوص القانونية ذات الصلة في القوانين المقارنة للوصول إلى الحلول المثلى لمعالجة جرائم مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات.

هيكلية البحث:

المبحث الأول: مفهوم جريمة مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات.
المطلب الأول: تعريف جريمة مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات.
الفرع الأول: تعريف جريمة مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات لغاًً.
الفرع الثاني: تعريف جريمة مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات اصطلاحاً.
المطلب الثاني: الأساس القانوني لجريمة مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات وطبيعتها القانونية.
الفرع الأول: الأساس القانوني لجريمة مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات.
الفرع الثاني: الطبيعة القانونية لجريمة مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات.
المبحث الثاني: أركان جريمة مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات وعقوبتها.

المطلب الأول: أركان جريمة مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات.

الفرع الأول: الركن الخاص.

الفرع الثاني: الركن المادي.

الفرع الثالث: الركن المعنوي.

المطلب الثاني: عقوبة جريمة مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات.

الفرع الأول: العقوبات الأصلية.

الفرع الثاني: العقوبات التبعية والتكميلية.

الخاتمة.

قائمة المصادر والمراجع.



المبحث الأول: مفهوم جريمة مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات تمهيد وتقسيم:

والإعلان لغة مأخوذ من إدراك الشيء بحقيقته ومعرفة(3). ويقال علم الرجل أي حصلت له حقيقة العلم، والشيء عرفه وتيقنه(4). كذلك يعرف الإعلان لغة أنه "إظهار الشيء بنشره في الصحف ونحوها من وسائل الإعلام، أو تعليقه بشكل ظاهر أو الترويج له"(5) كذلك الإعلان مصدرٌ للفعل الرباعي "أعلن"، وأصل مادته "عَلَنَ"(6) وتفيد المادة اللغوية للفظ "عَلَنَ" وما اشتق منها في اللغة العربية عدة معانٍ متقاربة، وهي:

الجهر، يقال: علنه معالنه وإعلاناً: جاهره، وجاء في لسان العرب: "العلان والمعالنه والإعلان: المجاهرة"(7). الإظهار، يُقال: علن الأمر علوناً، علن علناً وعلانية، واعتلن: ظهر، وعلنته وأعلنته: أظهرته،(8) وجاء في معجم مقاييس اللغة: "... العين واللام والنون أصلٌ صحيحٌ يدلُّ على إظهار الشيء، والإشارة إليه، وظهوره"(9).

الشيوع والانتشار، يُقال: علن الأمر يعلن علوناً، وعلن يعلن علناً(10). وعلانية: شاع وظهر، وعلن الأمر علوناً: ظهر وانتشر(11). ويتضح مما سبق أنّ لفظ "الإعلان" في اللغة العربية يعني الظهور والجهر، وهما نقيضاً السر والكتمان، كما يفيد أحياناً معنى الشيوع والانتشار(12).

تعرف مكاتب الإعلانات لغة على أنها شركات تختص في تخطيط وتنفيذ الحملات الإعلانية فهي تقوم بدور الوسيط بين المعلن والجمهور من خلال وسائل الإعلان لديها، ومكاتب الإعلانات تختص بممارسة الإعلان والدعاية والنشر، إضافة إلى إنتاج مواد خاصة بها وبثها ونشرها.

الفرع الثاني: تعريف جريمة مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات اصطلاحاً.

تعرف جرائم مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات اصطلاحاً على أنها كل فعل يرتكب مساساً بالالتزامات الملقاة على عاتق مكاتب الإعلانات على أن يتحقق الركن المعنوي المتمثل بقصد ارتكاب المخالفة وإرادة النتائج الناشئة عنها، ويدخل ضمن إطار هذه الجرائم ما نصت عليه المادة 8 من القانون رقم 45 لعام 1971م المتعلق بتنظيم مكاتب الدعاية والإعلان، كذلك ينضوي تحت إطار هذه الجرائم الجريمة التي نصت عليها المادة 403 من قانون العقوبات العراقي رقم 11 لعام 1969م والتي تعتبر أيضاً مخالفة للالتزامات الواقعة على عاتق مكاتب الدعاية والإعلان والنشر، كونها تتعلق بصنع أو استيراد أو تصدير أو نقل كتباً أو مطبوعات أو أفلام أو رسوم أو صور أو كتابات أخرى مخلة بالحياة أو الآداب العامة(13).

وقد تكون مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات ظرفاً مشدداً للجريمة عندما تستخدم الإعلانات والنشر كوسيلة لارتكاب جرمي السب والقذف اللتين نص عليهما المشرع العراقي في المادتين 433 و 434 من قانون العقوبات العراقي، فالمخالفة هنا ليست هي الجريمة وإنما هي وسيلة لارتكاب جريمة أخرى، ويترتب على استخدامها تشديد العقوبة(14).

وفي إطار المعنى الاصطلاحي لجرائم مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات يدخل حسب تقديرنا جريمة الإعلان المضلل التي نصت عليها المادة 9 أولاً من قانون حماية المستهلك رقم 1 لعام 2010م، رغم أن هذه الجريمة تدخل ضمن المحظورات التي يمنع على المعلن القيام بها ولم ينص المشرع على عقوبة مكتب الإعلان والدعاية في هذه الجريمة، أي أن الفاعل في هذه الجريمة هو المعلن، إلا أن مكتب الدعاية والإعلان قد يكون مساهم في هذه الجريمة إذا ساعد المعلن عن قصد في نشر

نصت المادة الثامنة من القانون رقم 45 لعام 1971 م والمتعلق بتنظيم مكاتب الإعلانات والدعاية على التزامات هذه المكاتب، كما عاقبت المادة 14 من نفس القانون على مخالفة هذه الالتزامات.

كذلك تنص المادة 403 من قانون العقوبات العراقي رقم 11 لعام 1969م على عقوبة الحبس والغرامة لكل من صنع أو صدر أو استورد أو أحرز أية مواد أو مطبوعات إذا كانت مخلة بالحياة أو الآداب العامة. وفي نفس الوقت اعتبرت المادتين 433 و 434 من نفس القانون أن النشر في الصحف والمجلات أو بأية وسيلة أخرى من وسائل الإعلام ظرفاً مشدداً لعقوبة جرمي القذف والسب.

كما نصت المادة 10 من قانون حماية المستهلك رقم 1 لعام 2010م على عقوبة الحبس والغرامة لكل من يخالف المحظورات التي نصت عليها المادة 9 من نفس القانون والتي فرضتها على المعلن، إلا أنها لم تنص بشكل صريح على التزام مكتب الإعلانات بها.

وفي هذا المبحث نتناول تعريف هذه الجرائم على اختلاف مواقع النص عليها في التشريع العراقي إلا أن جميعها ينطوي تحت إطار مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات، وذلك من خلال مطلبين ندرس في: المطلب الأول: تعريف جريمة مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات. المطلب الثاني: الأساس القانوني لجريمة مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات وطبيعتها القانونية.

المطلب الأول: تعريف جريمة مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات. تمهيد وتقسيم:

نتناول في هذا المطلب تعريف جريمة مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات في اللغة وفي الاصطلاح من خلال فرعين ندرس في: الفرع الأول: تعريف جريمة مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات لغةً. الفرع الثاني: تعريف جريمة مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات اصطلاحاً.

الفرع الأول: تعريف جريمة مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات لغةً.

إن اسم مخالفة مأخوذ من المصدر خالف يخالف مخالفة، ومخالفة القانون تعني ارتكاب فعل مضاد للقانون ومخالفة السير تعني الفعل المضاد لقانون السير، ومخالفة الآداب في اللغة تعني الخروج عن السلوك الحسن والأعراف المقبولة وعدم الالتزام بما جرى عليه الناس من تهذيب واحترام في القول والفعل، والمخالفة كأحد أنواع الجرائم هي تصرف مضاد يعاقب عليه القانون بعقوبة بسيطة قد تكون الحبس لفترة قصيرة أو الغرامة.

وخلف اسم جمعه أخلاف وخُلف، وخالف الأمر لم يمثل له وخالف القانون خرج عن أحكامه(1).

كذلك يمكن تعريف المخالفة على أنها تصرف ينافي أمر تنظيمي معين أو قواعد النظام العام أو الآداب العامة، والمخالفة هي أيضاً إتيان أي فعل نهى عنه، والمخالفة في القانون الجزائي هي أدنى الجرائم مرتبة من حيث خطورتها وجسامتها العقوبة المقررة لها

أما الالتزام لغة فهو: الاتصال أو التمسك بشيء دون إنفكاك عنه ، ويعرف بأنه الإيجاب على النفس، وقولهم التزم حكم الله أي أوجب على نفسه الأخذ بأحكام الإسلام ، والإيجاب على النفس بالقيام بعمل أو الإقلاع عن عمل(2).



وقد حددت المادة 5 من قانون حماية المستهلك مهام هذا المجلس ومن ضمنها اختصاصه في تشكيل لجان تفتيش في بغداد والمحافظات مهمتها حماية المستهلك لاسيما من الإعلانات المضللة، إلا أنه من الناحية العملية لم يمارس مجلس حماية المستهلك ولا لجان التفتيش التابعة له أي دور في الرقابة على مكاتب الإعلانات مما يبرر انتشار الإعلانات الكاذبة و المضللة دون وجود أي رادع قانوني لمكتب الإعلانات أو للمعلن، وفي هذا الشأن يمكن للمستهلك الذي تضرر من الإعلان المضلل أو الكاذب ان يطالب المعلن بتنفيذ التزامه التعاقدى مع المطالبة بالتعويض وذلك وفقاً للقواعد العامة في القانون المدني⁽¹⁷⁾، مما يجعل قواعد القانون المدني تشكل إحدى الأسس القانونية التي تقوم عليها التزامات مكاتب الإعلانات والمخالفات الناجمة عن عدم التقيد بها.

وفي نفس السياق حرصت معظم التشريعات على تشكيل جهة حكومية تختص في حماية المستهلك ورعاية مصالحه، ففي فرنسا يختص المعهد الوطني الاستهلاكي بحماية المستهلك وقد أنشئ بموجب المرسوم 90-318 لسنة 1990.⁽¹⁸⁾

أما الجهة المختصة بالرقابة على الإعلانات في فرنسا فهي مكتب مراقبة الاعلانات ، وقد الغي وحل محله مكتب اخر باسم مكتب فحص الاعلانات، وقد نظم هذا المكتب من جديد في عام 1970 ، بشكل زاد من فاعليته في الاشراف ومراقبة الاعلانات وقد وضع المكتب ما يزيد عن خمس توصيات تتعلق بقواعد السلوك في مجال الاعلانات بشكل يتناسب مع التغيرات الحاصلة في المجتمع وقد اكدت هذه التوصيات على ضرورة ان يكون الإعلان خالياً من الكذب.⁽¹⁹⁾

الفرع الثاني: الطبيعة القانونية لجريمة مخالفة التزامات مكاتب الاعلانات.

يفرق المشرع الجزائي بين جرائم الضرر وجرائم الخطر من خلال أن الأولى تتطلب لتحقيق ركنها المادي وقوع نتيجة مادية ضارة بالمصلحة محل الحماية، بينما الثانية فلا تشترط ذلك وإنما يكفي لتحقيق ركنها المادي مجرد السلوك الذي يهدد المصلحة المحمية بخطر وقوع الضرر⁽²⁰⁾، أي أن النتيجة تتحقق في هذه الجريمة بمجرد قيام الخطر المنذر بوقوع الضرر أي أن السلوك في هذه الجرائم يشكل عدواناً محتماً على الحق أو المصلحة محل الحماية⁽²¹⁾.

وفي هذا الشأن يثور التساؤل إن كانت جرائم مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات من جرائم الضرر أو الخطر في التشريع العراقي وغيره من التشريعات المقارنة؟

ومن خلال تتبع ما نص عليه المشرع العراقي في المادة 8 من القانون رقم 45 لعام 1971 نلاحظ أنه ألقى على عاتق مكاتب الإعلانات التزامات معينة، ثم نص في المادة 14 من نفس القانون على عقوبة مخالفة هذه الالتزامات، أي أنه عاقب مكتب الإعلانات على مجرد مخالفة الالتزامات المفروضة عليه في المادة 8، وهذا يدل أنه عاقب على مجرد السلوك المخالف وإن لم ينتج عنه وقوع ضرر، لأن مجرد السلوك يشكل عدواناً محتماً على المصلحة وينذر بخطر وقوع الضرر.⁽²²⁾

وما ذكر بالنسبة للمشرع العراقي في نصه على جرائم مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات ينطبق على غيره من التشريعات التي نصت على هذه الالتزامات وجزاء مخالفتها، أما بالنسبة للالتزامات المتعلقة بحماية المستهلك فقد نص المشرع الفرنسي في المادة 121_1 من قانون الاستهلاك رقم (949-93) لسنة 1993 على جريمة الإعلان المضلل: (يمنع كل إعلان يتضمن بأي شكل من الأشكال ادعاءات أو بيانات أو عروض زائفة أو من شأنها التضليل...)، ومن خلال هذا النص يتضح

الإعلان المضلل من خلال مكتبه، كذلك تقوم مسؤولية مكتب الدعاية والاعلان على أساس الخطأ عن هذه الجريمة إذا لم يقصد التضليل ومساعدة المعلن لكن كان يتوجب عليه أن يكون أكثر حيطه وحذر في التأكد من الإعلان الذي ينشره مكتبه ومدى صدقه.

وعليه فإن جرائم مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات هي الأفعال التي يرتكبها مكتب الدعاية والإعلان بشكل يخالف ما نص عليه القانون من التزامات تقع على عاتقه فيما يتعلق بعمله، سواء جاء النص على هذه الجرائم في قانون العقوبات أو في قانون تنظيم مكاتب الدعاية والإعلان أو في أي قانون آخر.⁽¹⁵⁾

المطلب الثاني: الأساس القانوني لجريمة مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات وطبيعتها القانونية

تمهيد وتقسيم:

نتناول في هذا المطلب الأساس القانوني الذي تقوم عليه جرائم مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات إضافة إلى طبيعتها القانونية وذلك من خلال فرعين ندرس في:

الفرع الأول: الأساس القانوني لجريمة مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات.

الفرع الثاني: الطبيعة القانونية لجريمة مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات.

الفرع الأول: الأساس القانوني لجريمة مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات.

إن جرائم مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات مرت بمرحلتين فيما يتعلق بالأساس القانوني الذي تقوم عليه، أول مرحلة وهي التي تسبق صدور القانون رقم 1 لعام 2010م، وفي هذه المرحلة كانت تقتصر هذه الجرائم على مخالفة الالتزامات التي نصت عليها المادة 8 من القانون رقم 45 لعام 1971م والتي تتعلق بالناحية التنظيمية لعمل مكاتب الإعلانات، فلم ينص هذا القانون بشكل صريح على الجرائم الأكثر خطورة المرتكبة من قبل مكتب الإعلانات وهي الإعلانات المضللة أو الكاذبة التي تهدف إلى خداع المستهلك، رغم أن المادة 7 من القانون نفسه نصت على رقابة وزارة الثقافة والإعلام على عمل هذه المكاتب أي أن الوزارة تختص بالتأكد من عدم نشر هذه المكاتب أي محتوى أو إعلان مضلل أو كاذب أو مخالف للقوانين أو الآداب، إلا أن الواقع العملي اثبت عدم فاعلية الاختصاص الممنوح للوزارة في الحد من ظاهرة انتشار الاعلانات الكاذبة والمضللة أو الإعلانات المخلة بالحياة او الآداب أو الذوق العام⁽¹⁶⁾.

ورغم الأساس القانوني الذي تقوم عليه هذه الجرائم إلا أنه من الناحية التنفيذية، فلم يكن يوجد مؤسسة أو جهة تختص في الرقابة على الاعلانات ومدى مصداقيتها بشكل فعال وناجع وتتأكد من التزام مكاتب الإعلانات بما يفرضه عليها القانون رقم 45، وقد تأسست أول جهة مختصة بحماية المستهلك بشكل عام لاسيما من الإعلانات المضللة عام 1997م وهي مركز بحوث السوق وحماية المستهلك، إلا أن هذا المركز ليس ذو صلاحية قانونية للرقابة على مكاتب الإعلانات أو وقف الإعلانات المضللة.

أما في المرحلة الثانية التي مرت بها هذه الجرائم فكانت بعد صدور القانون رقم 1 لسنة 2010، إلا أن هذا القانون لم ينص القانون صراحة على الرقابة على الاعلانات، كذلك لم يتضمن القانون النص على جهة ادارية تختص بالرقابة على الاعلانات، ولكنه نص على تشكيل " مجلس حماية المستهلك " وفقاً للمادة 4 / اولاً منه.



المستهلك إضافة إلى القصد الجرمي العام المتمثل بالعلم والإرادة والذي يشترط توافره في كل الجرائم على حد سواء.

كذلك نص قانون العقوبات في المادة 403 على جريمة صنع أو تصدير أو استيراد أو حيازة أو إحراز أي مواد أو مطبوعات مخالفة للحياة والأداب العامة، فهذه الجريمة تتطلب لتحقيقها ركن خاص وهو القصد الخاص إضافة إلى القصد الجرمي العام المتمثل بالعلم والإرادة⁽²⁵⁾، وهو قصد الاستغلال أو التوزيع، أي أن الجريمة هذه لا تتحقق بمجرد وجود العلم والإرادة المتجهة إلى تصنيع أو استيراد أو تصدير أو حيازة أو إحراز المواد أو المطبوعات أو الكتب المخالفة وإنما يجب أن يكون الفاعل قد ارتكب هذه الأفعال بقصد استغلال هذه المواد المخالفة أو توزيعها.

الفرع الثاني: الركن المادي.

إن الركن المادي هو السلوك والنتيجة والعلاقة السببية التي تربط بينهما وتجعل السلوك هو السبب في وقوع النتيجة⁽²⁶⁾، وقد عرفه المشرع العراقي الركن المادي في المادة 28 من قانون العقوبات.

يتجلى السلوك المكون للركن المادي في الجريمة التي نصت عليها المادة 8 من قانون تنظيم مكاتب الإعلانات في أي فعل يخالف الالتزامات التي نصت عليها هذه المادة، وهذه الأفعال هي:

1. عدم التزام المكتب بتقديم بيانات للوزارة بأسماء العاملين فيه أو أية بيانات عن أي تغيير يحدث في المكتب والسلوك هنا يتجلى من خلال الامتناع عن فعل أمر به القانون وليس سلوك إيجابي⁽²⁷⁾.
2. امتناع المكتب عن مسك سجلات خاصة بالإعلانات التي يقوم بها وإخضاعها للرقابة والتفتيش، وهذه الجريمة أيضاً كالمسابقة جريمة امتناع يتجلى السلوك فيها من خلال الامتناع وليس في فعل إيجابي.
3. الامتناع عن تنظيم سجلات المكتب بشكل منسق ووفقاً لما نص عليه القانون.
4. الامتناع عن تقديم بيانات دورية كل ثلاثة أشهر إلى الوزارة تتعلق بالإعلانات التي يقوم بها المكتب.

ويتضح من خلال نص المادة 8 أن هذه الجريمة تعتبر تامة بمجرد وقوع السلوك المكون لركنها المادي، سواء أدى إلى تحقق نتيجة ضارة أو لا، فهذه الجريمة من جرائم الخطر التي يكفي لقيامها مجرد السلوك الذي يشكل عدواناً محتملاً على المصلحة أي الذي يندب بخطر وقوع الضرر، ولا يهم بعد ذلك إن نتج عن هذا السلوك ضرر أو لم ينتج⁽²⁸⁾.

أما جريمة غش وتضليل المستهلك من خلال الإعلانات المضللة فيتجلى السلوك فيها من خلال ارتكاب أي فعل من شأنه أن يخفي حقيقة السلعة والمواد الداخلة في تكوينها وفقاً للمادة 9 من قانون حماية المستهلك، كذلك تتحقق هذه الجريمة بمجرد ارتكاب الفعل المخالف ويقصد إخفاء حقيقة السلعة عن المستهلك لخداعه وتضليله وإن لم يؤدي ذلك إلى خداع المستهلك فعلاً، وهذا الأمر ينطبق على ما نص عليه المشرع اللبناني في المادة 11 من قانون حماية المستهلك لعام 2005 والمادة 17 من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك المصري.

الفرع الثالث: الركن المعنوي.

إن الركن المعنوي عبارة عن العلاقة النفسية التي تربط بين ماديات الجريمة، وشخصية الجاني، وجوهر هذه العلاقة هي الإرادة⁽²⁹⁾، وإن الركن المعنوي هو الركن الثاني في أي جريمة فلا يمكن أن تقوم بدونه، ولأن جريمة مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات من الجرائم المقصودة، فإن الركن المعنوي فيها يتمثل بالقصد الجرمي العام الذي يتكون من عنصرين هما العلم والإرادة⁽³⁰⁾.

أن المشرع الفرنسي جعل هذه الجريمة من جرائم الخطر فيكفي مجرد السلوك المتضمن القيام بأي إعلان مضلل أو كاذب وإن لم يضلل المستهلك ولم يلحق به أي ضرر، وقد اتجه المشرع اللبناني في نفس المسلك في القانون رقم 659 لعام 2005م المتعلق بحماية المستهلك وذلك في المادة 11 منه.

أما المشرع المصري فقد نص على التزام المورد والمعلن في المادة (6) من قانون حماية المستهلك بإعطاء المستهلك معلومات صحيحة والامتناع عن كل ما قد ينتج عنه تشكيل انطباع غير حقيقي أو كاذب عند المستهلك أو وقوعه في الغلط، وهذا يعني أن المشرع المصري أيضاً اكتفى لقيام الجريمة بالخطر الذي يهدد مصالح المستهلك ولم يشترط الإضرار بهذه المصالح، كذلك عد المشرع العراقي ممارسة الغش والتضليل جريمة قائمة بحد ذاتها وإن لم تؤد إلى تضليل المستهلك فعلاً وغشه، وذلك حسب نص المادة 9 وأولاً من قانون حماية المستهلك رقم 1 لعام 2010م⁽²³⁾.

المبحث الثاني: أركان جريمة مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات

وعقوبتها

تمهيد وتقسيم:

ينص القانون على أركان عامة لكل جريمة لا تتحقق بدونها وهي الركن المادي والركن المعنوي، إلا أن هناك جرائم لا تتحقق بالأركان العامة فقط وإنما تتطلب أيضاً وجود ركن خاص، وجرائم مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات حالها حال كل الجرائم تحتاج إلى ركنين مادي ومعنوي إضافة إلى الركن الخاص، وفي هذا المبحث نتناول ذلك إضافة إلى العقوبة التي قررها المشرع لهذه الجرائم من خلال مطلبين ندرس في:

المطلب الأول: أركان جريمة مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات.

المطلب الثاني: عقوبة جريمة مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات.

المطلب الأول: أركان جريمة مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات

تمهيد وتقسيم:

نبحث في هذا المطلب في أركان جريمة مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات العامة والخاصة وذلك من خلال فرعين ندرس في:

الفرع الأول: الركن الخاص.

الفرع الثاني: الركن المادي.

الفرع الثالث: الركن المعنوي.

الفرع الأول: الركن الخاص.

يعرف الركن الخاص على أنه عنصر إضافي يدخل في تكوين الجريمة فلا تقوم بدونه وإن كانت تشكل جريمة أخرى، ويختلف عن الركنين المادي والمعنوي في أنه يوجد في جرائم محددة فيميزها عن غيرها⁽²⁴⁾ وفي جريمة مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات التي نصت عليها المادة 8 من القانون رقم 45 لعام 1971م يوجد ركن خاص يتطلبه تحقق الجريمة وهو صفة الفاعل، حيث يشترط في هذه الجريمة أن ترتكب من قبل مكاتب الإعلانات لأن الالتزام محل المخالفة ملقى على عاتق هذه المكاتب، والقانون نفسه نظم عمل هذه المكاتب وفرض عليها هذه الالتزامات، وهذا واضح من خلال نص المادة 8 من القانون تلتزم المكاتب بما يلي.....

وفي جرائم مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات الأخرى والتي وردت في قانون حماية المستهلك التي تتعلق بغش وخداع المستهلك في المادة 9 من القانون، فإنها تشترط لقيامها قصد خاص يتمثل بقصد غش وتضليل



والجريمة في المادة 9 من قانون حماية المستهلك عاقب عليها بالحبس مدة لا تزيد على ثلاثة أشهر إضافة إلى الغرامة⁽³⁵⁾.
نلاحظ أن المشرع العراقي نص على نوعين من العقوبات الأصلية لجريمة مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات وهي العقوبات السالبة للحرية المتمثلة بالحبس لاسيما في الجريمة التي نص عليها قانون العقوبات والجريمة التي نص عليها قانون حماية المستهلك، كذلك نص على العقوبات المالية المتمثلة بالغرامة وذلك في قانون تنظيم مكاتب الإعلانات وهذه العقوبة وإن كانت لا تكفي لوحدها إلا أنها تتناسب مع طبيعة هذه المخالفات.

الفرع الثاني: العقوبات التبعية والتكميلية.

إن العقوبات التبعية هي العقوبات التي تلحق المحكوم عليه وإن لم يحكم بها القاضي في حكمه، ولأن العقوبات المقررة لجريمة مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات هي الحبس والغرامة فلا يستتبع الحكم بها أي عقوبة تبعية تطبق على المحكوم عليه بها⁽³⁶⁾.

أما العقوبات التكميلية فهي العقوبات التي نص عليها القانون ويمكن للمحكمة أن تحكم بها مع العقوبة الأصلية وفقاً لتقديرها وهي: 1- الحرمان من بعض الحقوق والمزايا.

2- المصادرة.

3- نشر الحكم⁽³⁷⁾.

وقد نصت المادة 100 من قانون العقوبات على أنه بإمكان المحكمة عند الحكم بالسجن المؤبد أو المؤقت بالحبس مدة تزيد على السنة أن تقرر حرمان المحكوم عليه من حق أو أكثر من الحقوق المبينة أدها لمدة لا تزيد على سنتين ابتداء من تاريخ انتهاء تنفيذ العقوبة أو من تاريخ انقضائها لأي سبب كان، وعليه بإمكان المحكمة عند الحكم على الفاعل بالحبس مدة تزيد على السنة في الجريمة التي نصت عليها المادة 403 من قانون العقوبات أن تحكم عليه بالحرمان من الحقوق المدنية. كذلك بإمكان المحكمة أن تحكم بمصادرة الأشياء المضبوطة كعقوبة تكميلية عند الحكم بجناية أو بجنحة أياً كانت.

الخاتمة:

تناولنا في هذا البحث جريمة مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات على تعدد مواضع هذه المخالفات بين قانون العقوبات وقانون حماية المستهلك والقانون رقم 45 لعام 1971م، وعرفنا جرائم مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات في المبحث الأول على أنها مخالفة الالتزامات التي نصت عليها المادة 8 من القانون رقم 45 لعام 1971م المتعلقة بتنظيم مكاتب الدعاية والإعلان، كذلك ينضوي تحت إطار هذه الجرائم الجريمة التي نصت عليها المادة 403 من قانون العقوبات العراقي رقم 111 لعام 1969م والتي تعتبر أيضاً مخالفة للالتزامات الواقعة على عاتق مكاتب الدعاية والإعلان والنشر، كونها تتعلق بصنع أو استيراد أو تصدير أو نقل كتباً أو مطبوعات أو أفلام أو رسوم أو صور أو كتابات أخرى مخلة بالحياة أو الآداب العامة، كما تعرفنا على الطبيعة القانونية لهذه الجريمة من خلال تتبع ما نص عليه المشرع العراقي في المادة 8 من القانون رقم 45 لعام 1971م لاحظنا أنه ألقى على عاتق مكاتب الإعلانات التزامات معينة، ثم نص في المادة 14 من نفس القانون على عقوبة مخالفة هذه الالتزامات، أي أنه عاقب مكتب الإعلانات على مجرد مخالفة الالتزامات المفروضة عليه في المادة 8، وهذا يدل أنه عاقب على مجرد السلوك المخالف وإن لم ينتج عنه وقوع ضرر، لذا فإن هذه الجرائم من جرائم الخطر، أما في المبحث الثاني فقد تناولنا أركان هذه الجرائم، فالركن المادي يتمثل بالسلوك المجرد الذي يهدد المصلحة المحمية،

يتجلى القصد الجرمي العام في مخالفة الالتزامات المفروضة على مكاتب الإعلانات من خلال اتجاه إرادة الفاعل إلى القيام بالسلوك المكون للجريمة وهو عالم بطبيعة هذا السلوك وإدراكه أنه مخالف للالتزام المفروض عليه، أي يجب على المكتب أن يكون عالماً بطبيعة الالتزام الذي فرضه عليه القانون رغم ذلك يتخلف عن القيام به بمحض إرادته، ولا يمكن له في هذا الشأن أن يتعذر بالجهل بالقانون⁽³¹⁾.

وفي هذه الجريمة يكفي لتحقق الركن المعنوي القصد العام المتمثل بالعلم والإرادة ولا يشترط قصد خاص أو دافع معين على ارتكاب السلوك.

أما جريمة غش وتضليل المستهلك من خلال الإعلانات الكاذبة فيشترط لتحقق ركنها المعنوي القصد الجرمي العام المتمثل بالعلم بالسلوك الذي ينطوي على الغش والخداع والنتيجة المترتبة عليه واتجاه الإرادة رغم ذلك إلى السلوك والنتيجة، كذلك تشترط هذه الجريمة وجود القصد الجرمي الخاص المتمثل بقصد خداع المستهلك وتضليله وإخفاء حقيقة المواد المكونة للسلع عنه.

ونفس الأمر في الجريمة التي نصت عليها المادة 403 من قانون العقوبات العراقي فلا يكفي لتحقق ركنها المعنوي القصد الجرمي العام المتمثل بالعلم بطبيعة الفعل الذي يشكل مخالفة للحياة والآداب العامة والعلم بنتيجته واتجاه الإرادة إلى كل من الفعل والنتيجة، بل يجب أيضاً أن يرتكب الفعل بدافع معين وهو قصد الاستغلال أو التوزيع وهو ما يشكل القصد الجرمي الخاص الذي لا تقوم هذه الجريمة بدونه⁽³²⁾.

المطلب الثاني: عقوبة جريمة مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات.

تمهيد وتقسيم:

نتناول في هذا المطلب العقوبات التي نص عليها المشرع في سياسته لمكافحة جريمة مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات سواء كانت عقوبات أصلية أو فرعية وذلك من خلال فرعين:

الفرع الأول: العقوبات الأصلية.

الفرع الثاني: العقوبات التبعية والتكميلية.

الفرع الأول: العقوبات الأصلية.

نصت المادة 85 من قانون العقوبات العراقي على العقوبات الأصلية وهي:

- 1 - الإعدام.
- 2 - السجن المؤبد.
- 3 - السجن المؤقت.
- 4 - الحبس الشديد.
- 5 - الحبس البسيط.
- 9 - الغرامة.
- 7 - الحجز في مدرسة الفتيان الجانحين.
- 8 - الحجز في مدرسة إصلاحية⁽³³⁾.

لقد نصت المادة 14 من القانون رقم 45 لعام 1971م على عقوبة المخالف لأحكام المادة 8 من نفس القانون وهي الغرامة⁽³⁴⁾، وفي هذا الشأن نرى أنه كان من المستحسن أن تشدد هذه العقوبة إلى الحبس بسبب خطورة المخالفات التي يرتكبها المكتب الاعلاني وخطورة النتائج المترتبة على هذه المخالفات لاسيما عدم الالتزام بالافعال التي من شأنها تسهيل مهمة الرقابة والتفتيش على عمل هذه المكاتب وما ينشأ عن ضعف الرقابة من احتمال ارتكاب المكتب الاعلاني لانتهاكات قد تضرر بالمجتمع بأكمله.

أما العقوبة التي نص عليها المشرع العراقي في المادة 403 من قانون العقوبات فهي الحبس مدة لا تزيد عن سنتين إضافة إلى الغرامة،



- 2- ابن منظور، أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم الإفريقي، (ت 711هـ: 1311م)، لسان العرب، 15 ج، دار صادر، بيروت، دب، ج13
- 3- أبو هلال العسكري (ت 395هـ: 1004م)، الفروق في اللغة، ج1، دار الأفاق الحديثة، بيروت، ط1، 1393هـ: 1973م.
- 4- أنيس، إبراهيم وآخرون، المعجم الوسيط، ج2، دار الفكر، ج2.
- 5- الجوهرى، إسماعيل بن حماد، الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية، ج6، تحقيق أحمد عبدالغفور عطار، دار العلم للملايين، بيروت، ط2، 1399هـ: 1979م، ج6
- 6- الفيومي، أحمد بن محمد بن علي، (ت 770هـ: 1368م)، المصباح المنير في غريب الشرح الكبير للرافعي، ج1، المطبعة الأميرية، القاهرة، ط4، 1921م، ج2
- 7- معجم المعاني الجامع على الموقع الإلكتروني: www.almaany.com

ثانياً: الكتب:

- 8- أحمد حسام طه تمام، تعريض الغير للخطر في القانون الجنائي، دار النهضة العربية، القاهرة، 2004
- 9- اشرف توفيق شمس الدين شرح قانون العقوبات القسم الخاص، دار النهضة العربية، القاهرة، 2004
- 10- أكرم نشأت إبراهيم، القواعد العامة في قانون العقوبات المقارن، الطبعة الثانية، مكتبة السنهوري، 2008
- 11- حميد السعدي، شرح قانون العقوبات الجديد، الجزء الاول، في الاحكام العامة الجريمة والمسؤولية الجنائية، مطبعة المعارف، بغداد، 1970،
- 12- رمسيس بهنام، النظرية العامة للقانون الجنائي، الطبعة الثالثة، منشأة المعارف، الاسكندرية، 1997
- 13- رمضان علي الشرنباصي-حماية المستهلك في الفقه الإسلامي-مطبعة الأمانة-القاهرة-1984
- 14- سعدون العامري، تعويض الضرر في المسؤولية التصديرية، ط1، مكتبة السنهوري، بغداد، 2008.
- 15- سلطان الشاوي و د. علي حسين الخلف، المبادئ العامة في قانون العقوبات، دار العائك للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009
- 16- شيراز عزيز سليمان، عقد الاعلان في القانون، دراسة مقارنة، ط1، دار دجلة، عمان، 2008.
- 17- ضاري خليل محمود، الوجيز في شرح قانون العقوبات القسم العام، دار القادسية للطباعة والنشر، بغداد، 1982
- 18- عبد الحميد الشواربي-جرانم الغش والتدليس-مطبعة دار الفكر الجامعي-1989
- 19- علي المناصير، لغة الإعلان التجاري في وسائل الإعلام، تشرين الثاني 2015
- 20- لويس معروف، المنجد في اللغة، ط35، دارالمشرق،بيروت، 1973.
- 21- مجيد خضر السبعوي، نظرية الغلط في قانون العقوبات المقارن، المركز القومي للبحوث القانونية، القاهرة، 2013
- 22- محمد رواس قلعي وحامد صادق قيتبي، معجم لغة الفقهاء، دار النفائس - بيروت، 1405 - 1985.
- 23- محمد علي سالم عباد الحلبي، شرح قانون العقوبات القسم العام، الطبعة الاولى، الاصدار الثاني، دار الثقافة لنشر والتوزيع، عمان، 2008

كذلك الركن المعنوي الذي يكفي لتحقيقه في الجريمة التي نصت عليها المادة 8 القصد الجرمي العام، بينما في الجريمة التي نصت عليها المادة 403 من قانون العقوبات العراقي فيجب أن يتحقق فيها القصد الجرمي الخاص إضافة إلى القصد الجرمي العام. وقد خلصنا من خلال هذا البحث إلى جملة من النتائج والمقترحات نلخصها في الآتي:

النتائج:

- 1- إن جريمة مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات من جرائم الخطر التي لا تستوجب لتحقيق ركنها المادي وقوع نتيجة ضارة.
- 2- إن جريمة مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات تقوم في أساسها القانوني على قانون العقوبات بشكل أساسي، إضافة إلى قانون تنظيم مكاتب الدعاية والإعلان، إلا أن أساسها اختلف كلياً عند صدور قانون حماية المستهلك رقم 1 لعام 2010م.
- 3- تتطلب جريمة مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات ركن خاص لقيامها وهي صفة الفاعل في الجريمة في أنه يجب أن يكون إحدى مكاتب الإعلانات التي نظم عملها بموجب القانون رقم 45 لعام 1971م.
- 4- قصر المشرع العراقي عقوبة الجرائم الواردة في المادة 8 من القانون رقم 45 على الغرامة.
- 5- ترتكب الجرائم التي نصت عليها المادة 8 من قانون تنظيم مكاتب الدعاية والإعلان من خلال الامتناع فقط اي بالسلوك السلبي دون الإيجابي.

المقترحات:

- 1- نقترح على المشرع العراقي أن يشمل كل الجرائم التي ترتكبها مكاتب الإعلانات في القانون رقم 45 لعام 1971م لاسيما تلك التي تقع تضليلاً للمستهلك.
- 2- ان ينص المشرع بشكل صريح على ضرورة تحقق الركن الخاص لاكتمال جريمة مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات، فيكون نص المادة على الشكل الآتي: " يجب لتحقيق جرائم مخالفة التزامات مكاتب الإعلانات أن ترتكب من قبل المكاتب التي نظم عملها بواسطة القانون رقم 45 لعام 1971م".
- 3- وضع ضوابط محددة وواضحة للإعلانات لاسيما الإعلانات التجارية التي تضر بالمستهلك، لذا نقترح على المشرع أن ينص على: " يجب أن يكون الإعلان صادقاً ونزيهاً وليس من شأنه ايقاع المستهلك في الغلط".
- 4- لا مناص للمشرع العراقي من إنشاء جهة إدارية رقابية تتولى مهمة فحص الإعلان قبل نشره ويكون من صلاحياتها فحص الإعلانات قبل نشرها وتلقي الشكاوى حول عدم صحة الإعلانات فضلاً عن صلاحية تشكيل لجان تفتيشية لها صفة الضابطة القضائية مهمتها الرقابة اللاحقة على صحة الإعلان ومدى التزامه بالضوابط التشريعية.
- 5- تعديل العقوبة التي نص عليها المشرع العراقي في المادة 14 من القانون رقم 45 لعام 1971م وجعلها الحبس إضافة إلى الغرامة.

قائمة المراجع:

أولاً: المعاجم.

- 1- ابن فارس، أبو الحسين أحمد بن زكريا (ت 395هـ: 1005م)، معجم مقاييس اللغة، ج6، تحقيق عبدالسلام محمد هارون، مطبعة مصطفى البابي الحلبي وأولاده، مصر، ط2، 1391هـ: 1971م، ج4.



6. Al-Fayyūmī, Aḥmad ibn Muḥammad ibn 'Alī. *Al-Miṣbāḥ al-Munīr fī Gharīb al-Sharḥ al-Kabīr lil-Rāfi'ī* (The Illuminating Lamp in the Strange Terms of al-Rāfi'ī's Great Commentary). Cairo: al-Maṭba'ah al-Amīriyyah, 1921.
7. Almaany. *Al-Ma'ānī Dictionary*. Accessed. <https://www.almaany.com>

Second: Books

8. Tamām, Aḥmad Ḥusām Ṭāhā. *Ta'rīd al-Ghayr lil-Khaṭar fī al-Qānūn al-Jinā'ī* (Endangering Others in Criminal Law). Cairo: Dār al-Nahḍah al-'Arabiyyah, 2004.
9. Shams al-Dīn, Ashraf Tawfiq. *Sharḥ Qānūn al-Uqūbāt: al-Qism al-Khāṣ* (Commentary on the Penal Code: Special Part). Cairo: Dār al-Nahḍah al-'Arabiyyah, 2004.
10. Ibrāhīm, Akrām Nash'at. *Al-Qawā'id al-'Āmmah fī Qānūn al-Uqūbāt al-Muqāran* (General Rules in Comparative Criminal Law). 2nd ed. Baghdad: Maktabat al-Sanhūrī, 2008.
11. Al-Sa'dī, Ḥamīd. *Sharḥ Qānūn al-Uqūbāt al-Jadīd, al-Juz' al-Awwal: fī al-Aḥkām al-'Āmmah, al-Jarīmah wa-al-Mas'ūliyyah al-Jinā'iyah* (Commentary on the New Penal Code, Part One: General Provisions, Crime, and Criminal Responsibility). Baghdad: Maṭba'at al-Ma'ārif, 1970.
12. Bahnam, Ramsīs. *Al-Nazariyyah al-'Āmmah lil-Qānūn al-Jinā'ī* (The General Theory of Criminal Law). 3rd ed. Alexandria: Munsha'at al-Ma'ārif, 1997.
13. Al-Sharnabāṣī, Ramaḍān 'Alī. *Ḥimāyat al-Mustahlik fī al-Fiqh al-Islāmī* (Consumer Protection in Islamic Jurisprudence). Cairo: Maṭba'at al-Amānah, 1984.
14. Al-'Āmirī, Sa'dūn. *Ta'wīd al-Ḍarar fī al-Mas'ūliyyah al-Taḡshīriyyah* (Compensation for Damage in Tort Liability). 1st ed. Baghdad: Maktabat al-Sanhūrī, 2008.
15. Al-Shāwī, Sulṭān, and 'Alī Ḥusayn al-Khalaf. *Al-Mabādī' al-'Āmmah fī Qānūn al-Uqūbāt* (General Principles in Criminal Law). Cairo: Dār al-'Ā'ik lil-Nashr wa-al-Tawzī', 2009.
16. Sulaymān, Shīrāz 'Azīz. *Aqd al-I'lān fī al-Qānūn: Dirāsah Muqāranah* (The Advertising Contract in Law: A Comparative Study). 1st ed. Amman: Dār Dijlah, 2008.
17. Maḥmūd, Dārī Khalīl. *Al-Wajīz fī Sharḥ Qānūn al-Uqūbāt: al-Qism al-'Āmm* (Concise Commentary on the Penal Code: General Part). Baghdad: Dār al-Qādisiyyah lil-Ṭibā'ah wa-al-Nashr, 1982.
18. Al-Shawwārbī, 'Abd al-Ḥamīd. *Jarā'im al-Ghishh wa-al-Tadlīs* (Crimes of Fraud and Deceit). Cairo: Dār al-Fikr al-Jāmi'ī, 1989.

- 24- مصطفى العوجي، القانون الجنائي العام، الجزء الأول، النظرية العامة للجريمة، الطبعة الأولى، مؤسسة نوفل، بيروت، 1984
- 25- نصيف محمد حسين-النظرية العامة في الحماية الجنائية للمستهلك- مطبعة النسر الذهبي-القاهرة-1998

ثالثاً: الأطاريح:

- 26- هالة مقداد الجليلي،الإعلان-أطروحة دكتوراه مقدمة إلى كلية القانون،جامعة الموصل،2002

رابعاً: الأبحاث والمقالات:

- 27- علي السيد حسين ابو دياب، وليد محمد بشير، الجوانب القانونية للحماية المدنية للمستهلك من الإعلانات التجارية الكاذبة أو المضللة في القانون المصري والنظام السعودي، بحث منشور في مجلة كلية القانون والشرعية بطنطا، العدد 32، الجزء 2، جامعة الأزهر، مصر، 2017
- 28- عبد الرزاق عباس، عدنان باقي لطيف، الضوابط القانونية لاستخدام الإعلان التجاري المقارن دراسة تحليلية مقارنة، الجامعة اللبنانية الفرنسية، المجلد التاسع، العدد الرابع، العراق، 2024
- 29- وداد وهيب الركابي، ضوابط الإعلان التجاري والرقابة القانونية عليه دراسة مقارنة، مجلة القانون للدراسات والبحوث القانونية، المجلد 16، العدد 26، جامعة ذي قار، العراق، كانون الثاني 2023
- 30- أحمد السعيد الزرقد، الحماية القانونية من الخداع الاعلاني في القانون الكويتي والمقارن، مجلة الحقوق الكويتية، السنة 19، العدد الرابع، 1995
- 31- غازي حنون خلف، ناطق محمد جبر، جريمة الإعلان المضلل دراسة مقارنة، كلية القانون، جامعة البصرة، مجلة القانون للدراسات والبحوث القانونية، العدد السابع عشر، 2019
- 32- قصي سلمان هلال، الاعلانات التجارية المضللة من منظور القانون المدني، مجلة كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية، بدون تاريخ نشر.

Reference:

First: Dictionaries and Lexicons

1. Ibn Fāris, Aḥmad ibn Zakariyyā Abū al-Ḥusayn. *Mu'jam Maqāyīs al-Lughah* (Dictionary of Language Measures). 6 vols. Edited by 'Abd al-Salām Muḥammad Hārūn. 2nd ed. Egypt: Maṭba'at Muṣṭafā al-Bābī al-Ḥalabī wa-Awlādih, 1971.
2. Ibn Manẓūr, Muḥammad ibn Mukarram Abū al-Faḍl Jamāl al-Dīn al-Ifriqī. *Lisān al-'Arab* (The Tongue of the Arabs). 15 vols. Beirut: Dār Ṣādir, n.d.
3. Abū Hilāl al-'Askarī. *Al-Furūq fī al-Lughah* (Linguistic Distinctions). Beirut: Dār al-Āfāq al-Ḥadīthah, 1973.
4. Anīs, Ibrāhīm, et al. *Al-Mu'jam al-Wasīṭ* (The Intermediate Dictionary). 2 vols. Cairo: Dār al-Fikr, n.d.
5. Al-Jawharī, Ismā'īl ibn Ḥammād. *Al-Ṣiḥāḥ: Tāj al-Lughah wa-Ṣiḥāḥ al-'Arabiyyah* (The Correct: Crown of Language and Authentic Arabic). 6 vols. Edited by Aḥmad 'Abd al-Ghafūr 'Atṭār. 2nd ed. Beirut: Dār al-'Ilm lil-Malāyīn, 1979.



- Kuwaytī wa-al-Muqāran” (Legal Protection against Advertising Deception in Kuwaiti and Comparative Law). *Majallat al-Huqūq al-Kuwaytiyyah* 19, no. 4 (1995).
31. Khalaf, Ghāzī Ḥanūn, and Nāṭiq Muḥammad Jabr. “Jarīmat al-I’lān al-Muḍallil: Dirāsah Muqāranah” (The Crime of Misleading Advertising: A Comparative Study). *Majallat al-Qānūn lil-Dirāsāt wa-al-Buḥūth al-Qānūniyyah*, no. 17 (2019).
32. Hilāl, Quṣayy Salmān. “Al-I’lānāt al-Tijāriyyah al-Muḍallilah min Manzūr al-Qānūn al-Madanī” (Misleading Commercial Advertisements from the Perspective of Civil Law). *Majallat Kulliyat al-Qānūn lil-Ulūm al-Qānūniyyah wa-al-Siyāsiyyah*, n.d.
19. Al-Manāshīr, ‘Alī. *Lughat al-I’lān al-Tijārī fī Wasā’il al-I’lām* (The Language of Commercial Advertising in the Media). November 2015.
20. Ma’lūf, Luwīs. *Al-Munjid fī al-Lughah* (Al-Munjid Dictionary). 35th ed. Beirut: Dār al-Mashriq, 1973.
21. Al-Qal’ajī, Muḥammad Rawwās, and Ḥāmid Ṣādiq Qunaybī. *Mu’jam Lughat al-Fuqahā’* (Dictionary of Jurists’ Terminology). Beirut: Dār al-Nafā’is, 1985.
22. Al-Ḥalabī, Muḥammad ‘Alī Sālim ‘Iyād. *Sharḥ Qānūn al-‘Uqūbāt: al-Qism al-‘Āmm* (Commentary on the Penal Code: General Part). 1st ed., 2nd issue. Amman: Dār al-Thaqāfah lil-Nashr wa-al-Tawzī’, 2008.
23. Al-‘Awjī, Muṣṭafā. *Al-Qānūn al-Jinā’ī al-‘Āmm, al-Juz’ al-Awwal: al-Nazariyyah al-‘Āmmah lil-Jarīmah* (General Criminal Law, Part One: The General Theory of Crime). 1st ed. Beirut: Mu’assasat Nawfal, 1984.
24. Ḥusayn, Naṣīf Muḥammad. *Al-Nazariyyah al-‘Āmmah fī al-Ḥimāyah al-Jinā’iyyah lil-Mustahlik* (The General Theory of Criminal Protection of the Consumer). Cairo: Maṭba‘at al-Nisr al-Dhahabī, 1998.
25. Al-Sab’āwī, Majīd Khaḍr. *Nazariyyat al-Ghalat fī Qānūn al-‘Uqūbāt al-Muqāran* (The Theory of Mistake in Comparative Criminal Law). Cairo: al-Markaz al-Qawmī lil-Buḥūth al-Qānūniyyah, 2013.

Third: Theses and Dissertations

26. Al-Jalīlī, Hālah Miqdād. *Al-I’lān* (Advertising). PhD diss., College of Law, University of Mosul, 2002.

Fourth: Articles and Journal Studies

27. Abū Diyāb, ‘Alī al-Sayyid Ḥusayn, and Walīd Muḥammad Bashīr. “Al-Jawānīb al-Qānūniyyah lil-Ḥimāyah al-Madaniyyah lil-Mustahlik min al-I’lānāt al-Tijāriyyah al-Kādhībah aw al-Muḍallilah fī al-Qānūn al-Miṣrī wa-al-Nizām al-Su‘ūdī” (The Legal Aspects of Civil Consumer Protection from False or Misleading Commercial Advertisements in Egyptian Law and the Saudi System). *Majallat Kulliyat al-Qānūn wa-al-Sharī‘ah bi-Taṭā 32*, no. 2 (2017).
28. ‘Abbās, ‘Abd al-Razzāq, and ‘Adnān Bāqī Laṭīf. “Al-Ḍawābiṭ al-Qānūniyyah li-Istikhdām al-I’lān al-Tijārī al-Muqāran: Dirāsah Taḥlīliyyah Muqāranah” (Legal Controls on the Use of Comparative Commercial Advertising: A Comparative Analytical Study). *Lebanese French University Journal* 9, no. 4 (2024).
29. Al-Rikābī, Widād Wahīb. “Ḍawābiṭ al-I’lān al-Tijārī wa-al-Riqābah al-Qānūniyyah ‘Alayh: Dirāsah Muqāranah” (Regulations of Commercial Advertising and Legal Control over It: A Comparative Study). *Majallat al-Qānūn lil-Dirāsāt wa-al-Buḥūth al-Qānūniyyah* 16, no. 26 (January 2023).
30. Al-Zarqad, Aḥmad al-Sa’īd. “Al-Ḥimāyah al-Qānūniyyah min al-Khidā’ al-I’lānī fī al-Qānūn al-



الهوامش:

- (21) أكرم نشأت إبراهيم، القواعد العامة في قانون العقوبات المقارن، الطبعة الثانية، مكتبة السنهوري، 2008، ص 171
- محمد علي سالم عياد الحلبي، شرح قانون العقوبات القسم العام، الطبعة الأولى، الإصدار الثاني، دار الثقافة لنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 141؛ د. مصطفى العوجي، القانون الجنائي العام، الجزء الأول، النظرية العامة للجريمة، الطبعة الأولى، مؤسسة نوفل، بيروت، 1984، ص 655، حميد السعدي، شرح قانون العقوبات الجديد، الجزء الأول، في الأحكام العامة للجريمة والمسؤولية الجنائية، مطبعة المعارف، بغداد، 1970، ص 310-311
- (23) غازي حنون خلف، ناطق محمد جبر، جريمة الإعلان المضلل دراسة مقارنة، كلية القانون، جامعة البصرة، مجلة القانون للدراسات والبحوث القانونية، العدد السابع عشر، 2019، ص 134
- (24) أحمد السعيد الزرقدي، الحماية القانونية من الخداع الاعلاني في القانون الكويتي والمقارن، مجلة الحقوق الكويتية، السنة 19، العدد الرابع، 1995، ص 147
- (25) علي السيد حسين ابو دياب، وليد محمد بشير، الجوانب القانونية للحماية المدنية للمستهلك من الإعلانات التجارية الكاذبة أو المضللة في القانون المصري والنظام السعودي، بحث منشور في مجلة كلية القانون والشريعة بطنطا، العدد 32، الجزء 2، جامعة الأزهر، مصر، 2017، ص 214
- (26) سلطان الشاوي و د. علي حسين الخلف، المبادئ العامة في قانون العقوبات، دار العناك للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009، ص 138 و د. ضاري خليل محمود، الوجيز في شرح قانون العقوبات القسم العام، دار القادسية للطباعة والنشر، بغداد، 1982، ص 66
- (27) د. عبد الحميد الشواربي-جرانم العث والتليلين-مطبعة دار الفكر الجامعي-1989، ص 57
- (28) رمضان علي الشرنباصي-حماية المستهلك في الفقه الإسلامي-مطبعة الأمانة-القاهرة-1984، ص 87
- (29) اشرف توفيق شمس الدين شرح قانون العقوبات القسم الخاص، دار النهضة العربية، القاهرة، 2004، ص 142 .
- (30) عرف القصد الجرمي في المادة (33/1) من قانون العقوبات العراقي النافذ على أنه: ((هو توجيه الفاعل ارادته الى ارتكاب الفعل المكون للجريمة هادفاً الى نتيجة الجريمة التي وقعت او اية نتيجة جرمية اخرى))، اما قانون العقوبات المصري فلم يتضمن تعريفاً للقصد الجرمي.
- (31) مجيد خضر السبعوي، نظرية الغلط في قانون العقوبات المقارن، المركز القومي للبحوث القانونية، القاهرة، 2013، ص 85-86
- (32) نصيف محمد حسين-النظرية العامة في الحماية الجنائية للمستهلك-مطبعة النسر الذهبي-القاهرة-1998، ص 93
- (33) المواد من 94-86 من قانون العقوبات العراقي رقم 111 لعام 1969م.
- (34) تم تعديل مقدار الغرامات بموجب القانون رقم 6 لعام 2008م لتصبح:
- المخالفات: لا تقل الغرامة عن 50000 دينار ولا تزيد عن 200000 دينار.
- الجنح: لا تقل الغرامة عن 200.001 دينار ولا تزيد عن 1000000 مليون دينار عراقي.
- الجنايات: لا تقل الغرامة عن 1.000.001 دينار ولا تزيد عن 10000000 عشرة مليون دينار.
- (35) المادة 10 من قانون حماية المستهلك رقم 1 لعام 2010م.
- (36) المواد من 99-96 من قانون العقوبات العراقي رقم 111 لعام 1969م.
- (37) المواد من 102-100 من قانون العقوبات العراقي.
- (1) معجم المعاني الجامع على الموقع الإلكتروني: www.almaany.com
- (2) محمد رواس قلعي وحامد صائق قنيتي، معجم لغة الفقهاء، دار النفائس - بيروت، 1985 - 1405، ص 86
- (3) ابن منظور، أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم الإفريقي، (ت 711 هـ-1311 م)، لسان العرب، 15 ج، دار صادر، بيروت، د.ت، ج 13، ص 646
- (4) - لويس معروف، المنجد في اللغة، ط 35، دار المشرق، بيروت، 1973، ص 526
- (5) عبد الرزاق عباس، عدنان باقي لطيف الضوابط القانونية لاستخدام الإعلان التجاري المقارن دراسة تحليلية مقارنة، الجامعة اللبنانية الفرنسية، المجلد التاسع، العدد الرابع، العراق، 2024، ص 768
- (6) أنيس، إبراهيم وآخرون، المعجم الوسيط، 2 ج، دار الفكر، ج 2، ص 625
- (7) ابن منظور، أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم الإفريقي، (ت 711 هـ: 1311 م)، لسان العرب، مرجع سابق، ص 288.
- (8) الجوهري، إسماعيل بن حماد، الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية، 6 ج، تحقيق أحمد عبدالغفور عطار، دار العلم للملايين، بيروت، ط 2، 1399 هـ-1979 م، ج 6، ص 2166 والفقيمي، أحمد بن محمد بن علي، (ت 770 هـ-1368 م)، (المصباح المنير في غريب الشرح الكبير للرافعي، 1 ج، المطبعة الأميرية، القاهرة، ط 4، 1921 م، ج 2، ص 585، وابن منظور، لسان العرب، ج 13، ص 288
- (9) ابن فارس، أبو الحسين أحمد بن زكريا، ت 395 هـ-1005 م، (معجم مقاييس اللغة، 6 ج، تحقيق عبدالسلام محمد هارون، مطبعة مصطفى البابي الحلبي وأولاده، مصر، ط 2، 1391 هـ-1971 م، ج 4، ص 111
- (10) علي المناصير، لغة الإعلان التجاري في وسائل الإعلام، تشرين الثاني 2015، ص 5
- (11) الفقيومي، أحمد بن محمد بن علي، (ت 770 هـ-1368 م)، (المصباح المنير في غريب الشرح الكبير للرافعي، 1 ج، المطبعة الأميرية، القاهرة، ط 4، 1921 م، ص 585
- (12) أبو هلال العسكري (ت 395 هـ-1004 م)، الفروق في اللغة، 1 ج، دار الأفاق الحديثة، بيروت، ط 1، 1393 هـ-1973 م، ص 280-282
- (13) شيراز عزيز سليمان، عقد الإعلان في القانون، دراسة مقارنة، ط 1، دار دجلة، عمان، 2008، ص 149.
- (14) هالة مقداد الجليلي، الإعلان-أطروحة دكتوراه مقدمة إلى كلية القانون، جامعة الموصل، 2002، ص 149
- (15) قصي سلمان هلال، الإعلانات التجارية المضللة من منظور القانون المدني، مجلة كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية، بدون تاريخ نشر، ص 71-70
- (16) وداد وهيب الركابي، ضوابط الإعلان التجاري والرقابة القانونية عليه دراسة مقارنة، مجلة القانون للدراسات والبحوث القانونية، المجلد 16، العدد 26، جامعة ذي قار، العراق، كانون الثاني 2023، ص 207
- (17) سعدون العامري، تعويض الضرر في المسؤولية التصديرية، ط 1، مكتبة السنهوري، بغداد، 2008، ص 58.
- (18) المادة (12) من قانون حماية المستهلك المصري رقم (181) لسنة 2018، والمادتين (204) و (205) من قانون حماية المستهلك المغربي رقم (31.08) لسنة 2011، والمادة (60) من قانون حماية المستهلك اللبناني رقم (659) لسنة 2005
- (19) وداد وهيب الركابي، ضوابط الإعلان التجاري والرقابة القانونية عليه دراسة مقارنة، مرجع سابق، ص 212
- (20) د. أحمد حسام طه تمام، تعريض الغير للخطر في القانون الجنائي، دار النهضة العربية، القاهرة، 2004، ص 11-10؛ د. رمسيس بهنام، النظرية العامة للقانون الجنائي، الطبعة الثالثة، منشأة المعارف، الاسكندرية، 1997، ص 567

