

المقدمة

أدى التطور الذي شهده العالم في المجال العلمي والتكنولوجي والاقتصادي إلى تنوع السلع والخدمات المقدمة، وظهور منتجات وخدمات لم تكن معروفة من قبل كالأجهزة الإلكترونية وخدمات الاتصال الحديثة كخدمة الانترنت وغيرها من الخدمات، وشيوع مبدأ التنافس في المجال الاقتصادي الأمر الذي أدى إلى تعدد وكثافة المنتجات المطروحة في الأسواق، وبروز طائفة تسمى بالمنتجين والبائعين المهنيين، والتي تمتلك العلم والمعرفة نتيجة تخصصهم على حساب الطائفة الأخرى والتي تسمى بالمستهلكين وهم الطرف الضعيف في العقد، مما أدى إلى اختلال العلاقات العقدية بين الطرفين نتيجة لاختلال التوازن العلمي والمعرفي وجهل المستهلك أو الطرف الضعيف في العقد بالمعلومات والبيانات الجوهرية والأساسية المطلوبة في العقد، مما جعله ضحية لتلك العقود، خصوصاً بعد استخدام أساليب الدعاية والإعلان التجاري من قبل المنتجين والبائعين المهنيين للترويج لمنتجاتهم والخدمات التي يقدمونها، وإتباع أسلوب الترغيب والتشويق، الأمر الذي يؤدي بالمستهلكين إلى الإقدام على التعاقد من دون روية من أمرهم، خصوصاً تلك المنتجات التي لا يملكون العلم والمعرفة أساساً بخصوصها لكونها قائمة على التقنية والاحتراف، في ظل قواعد قانونية لا تجبر المتعاقد بالبوح بكل ما عنده من معلومات بخصوص المبيع، ولتوفير الحماية القانونية المطلوبة للطرف الضعيف في العقد، فرض واجب الإعلام على الطرف الذي يملك العلم والمعرفة بضرورة تزويد الطرف الآخر بالبيانات والمعلومات المطلوبة التي يكون بحاجة لها لتوفير الإرادة الحرة الواعية وتنفيذ العقد بصورة جيدة بعد إبرامه .

مشكلة البحث

قد يبدو للسامع ومنهم من درس القانون إن مفردة الالتزام بالإعلام تنصرف للإعلام المرتبط بوسائل الإعلام المتمثلة بالتلفاز والراديو والصحف وغيرها، الأمر الذي دفعني للخوض فيه بالبحث وبيان معناه القانوني، ورغم الدراسات والبحوث التي تناولت الموضوع، إلا أن مشكلة البحث لازالت قائمة وبحاجة للحلول، وخصوصاً في العراق الذي أصبح سوقاً مفتوحة لمختلف السلع والمنتجات ومن شتى دول العالم، سيما الأدوية والمستحضرات الطبية والمنتجات الخطرة، من دون رقابة تذكر وأن وجدت فهي ضعيفة، خصوصاً بعد دخول بعض المنتجات المستوردة كالأدوية التي تحتوي على نشرة الاستعمال بلغة الدولة الأجنبية المصنعة من دون وجود نشرة باللغة العربية لكيفية الاستعمال، ولقلة الوعي الاستهلاكي لدى

المستهلكين وجهلهم بخصائص السلع والمنتجات وكيفية الاستعمال سيما تلك التي تمتاز بالتعقيد التكنولوجي وجهلهم بالمخاطر الناتجة عنها أو الناتجة عن الاستعمال وكيفية تجنبها .

وعلى الرغم من تشريع قانون حماية المستهلك العراقي رقم ١ لسنة ٢٠١٠، إلا أنه لم يفعل من قبل السلطات المختصة، لذا فإن البحث سيتناول تلك المشاكل المتمثلة بجهل المتلقي بطريقة استعمال المنتجات وكيفية تجنب المخاطر المترتبة عليها نتيجة اختلال التوازن العلمي والمعرفي بين طرفي العقد وكيفية معالجة الاختلال المعرفي بطريقة قانونية، ومن الإشكالات القانونية الأخرى بيان الأساس القانوني للالتزام بالإعلام هل يستند إلى التزام قانوني آخر وما هو الالتزام الأنسب، أم هو التزام قانوني مستقل، وما طبيعته القانونية هل هو التزام ببذل عناية أو التزام بتحقيق نتيجة أو هناك رأي آخر، وما هي المسؤولية القانونية المترتبة على مخالفته هل هي مسؤولية عقدية ناتجة عن العقد، أم هي مسؤولية تقصيرية ناتجة عن الإلزام القانوني، لذا سنتناول تلك الإشكاليات من خلال البحث .

أهمية البحث

للتزام بالإعلام أهمية كبيرة تتجسد بتوفير الحماية القانونية للطرف الضعيف في العقد الذي أصبح نتيجة للتطور الصناعي والتكنولوجي يجهل الكثير من المعلومات ويفتقد المعرفة اللازمة بخصوص المنتجات، خصوصاً تلك التي تحتاج إلى التخصص العلمي في إنتاجها وفي استعمالها التي يتطلب البعض منها عمليات معقدة لتشغيلها واستعمالها، الأمر الذي أدى إلى إلزام المنتج والبائع المهني بضرورة توفير المعلومات والبيانات بخصائص ومميزات السلع والخدمات المقدمة، والبيانات المتعلقة بالاستعمال وتلك المتعلقة بالمخاطر والتحذير منها وكيفية تجنبها، وتقديمها بأسلوب وبلغة سهلة ومعلومة تمكن المتلقي من معرفتها، وتتجسد الأهمية كذلك بمعرفة الالتزامات والحقوق المتعلقة بالتزام الإعلام، فالالتزام المدين بالإعلام هو تزويد الدائن بالمعلومات والبيانات الجوهرية المتعلقة بالسلعة أو المنتج، أما التزام الدائن فهو الاستعلام من المدين عن المعلومات والبيانات المطلوبة، وكذلك استخدام المعلومات والبيانات المزود بها بصورة صحيحة وحسب طريقة الاستعمال المبينة .

وتمتاز أهمية البحث من خلال أبرز النقاط التالية : -

- ربط الالتزام بالإعلام في المرحلة السابقة على التعاقد والالتزام بالإعلام بعد التعاقد وإبرازه كحالة واحدة وعدم الفصل بينهما، خصوصاً أن وجود الالتزام بالإعلام قبل التعاقد يتعلق وجوده بوجود العقد، فالكلام عنه من غير وجود العقد يصبح عبثاً إلا المنتج فهو ملزم بالإعلام قبل التعاقد بغض النظر عن وجود العقد .

- ركزت اغلب البحوث والدراسات على الالتزام بالإعلام في عقود الاستهلاك ولم تعر أي أهمية للالتزام بالإعلام في العقود الاعتيادية الأخرى التي تلبي حاجيات المشتري، لذا سنركز على الالتزام بالإعلام في إطار العقد بشكل عام خصوصاً أن الالتزام بالإعلام نشأ في عقود بيع المواد المستعملة، كما تمتاز أهمية البحث بإبراز وجود الالتزام بالإعلام في الفقه الإسلامي .

نطاق البحث

سنركز من خلال البحث بالالتزام بالإعلام من خلال المقارنة بين القوانين الوضعية والفقه الإسلامي دون التقيد بفقه مذهب معين، وسيكون نطاق البحث في القوانين الوضعية من خلال القانون الفرنسي والقانون المصري والقانون العراقي مع إمكانية الإشارة إلى موقف بعض التشريعات العربية من الالتزام بالإعلام، مع إيراد موقف الفقه والقضاء بالقدر المتيسر لنا، بإتباع أسلوب المقارنة بخصوص المعلومات والبيانات المتعلقة بخصائص السلع وكيفية الاستعمال وتجنب المخاطر المترتبة عنها .

خطة البحث

سنتبع الدراسة المقارنة بين القوانين الوضعية والفقه الإسلامي لموضوع البحث المتمثل بالالتزام بالإعلام .

لذا تم تقسيم هذا البحث إلى فصلين، الفصل الأول وخصصناه لماهية الالتزام بالإعلام وقسمناه على ثلاثة مباحث، نتناول في المبحث الأول مفهوم الالتزام بالإعلام من خلال ثلاثة مطالب، الأول النشأة وتعريف الالتزام بالإعلام، أما الثاني نتناول من خلاله تمييز الالتزام بالإعلام عما يشابهه من أوضاع قانونية والثالث نخصصه لشروط الالتزام بالإعلام .

إما المبحث الثاني نتناول فيه أنواع الالتزام بالإعلام ودرجاته والذي قسمناه أيضاً على ثلاثة مطالب، نتناول في الأول منها أنواع الالتزام بالإعلام، وفي الثاني درجاته أما الثالث نتناول فيه مبررات الالتزام بالإعلام .

أما المبحث الثالث والأخير من الفصل الأول والذي خصصناه للطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام، نتناول فيه وبثلاثة مطالب، الأول طبيعته من حيث المسؤولية المدنية، وفي الثاني طبيعته من حيث الغاية، أما الثالث خصصناه لطبيعة الالتزام بالإعلام في الفقه الإسلامي .

أما الفصل الثاني والذي خصصناه لذاتية الالتزام بالإعلام، وقسمناه على ثلاثة مباحث، المبحث الأول نتناول فيه نطاق الالتزام بالإعلام ونتناول فيه في ثلاثة مطالب، الأول منه خصصناه لنطاقه من حيث الموضوع، والثاني لنطاقه من حيث الأشخاص، أما الثالث خصصناه لنطاق الالتزام بالإعلام في الفقه الإسلامي .

أما المبحث الثاني نتناول فيه الأساس القانوني للالتزام بالإعلام وفي أربعة مطالب، المطلب الأول المبادئ العامة كأساس للالتزام بالإعلام وفي الثاني الالتزامات العقدية كأساس له، أما الثالث نتناول الأسس الصريحة للالتزام بالإعلام، وفي الرابع نتناول أساسه في الفقه الإسلامي .

وفي المبحث الثالث والأخير فقد خصصناه للأحكام القانونية المترتبة نتيجة الإخلال بالالتزام بالإعلام، وقسمناه على ثلاثة مطالب أيضاً، الأول منه للأحكام الجزائية، والثاني للأحكام المدنية، والثالث خصصناه لأحكام الإخلال بالالتزام بالإعلام في الفقه الإسلامي .

وفي الختام سنتناول أهم النتائج التي توصلنا لها من خلال البحث، فضلاً عن ما نقتحه من توصيات .

وما التوفيق إلا بالله