مجلة العلوم القانونية والسياسية

اسم المقال: أثر الالتزام بالإعلام والتحذير في تدعيم الوعي القانوني لمستهلكي المنتجات الخطرة "دراسة مقارنة"
اسم الكاتب: أ.م.د. فراس سامي حميد الملا جواد، م.د. حسين عمار الحسين الكرادي
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/9815
تاريخ الاسترداد: 2026/11/01 11:06 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة العلوم القانونية والسياسية جامعة ديالى ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

أثر الالتزام بالإعلام والتحذير في تدعيم الوعي القانوني لمستهلكي المنتجات الخطرة "دراسة مقارنة"

The Impact of Commitment to Information and Warning in Strengthening the Legal Awareness of Consumers of Hazardous Products "A Comparative Study"

الكلمات المفتاحية: الاعلام، الوعي القانوني، المنتجات الخطرة.
Keywords: Media, Legal Awareness, Dangerous Products

DOI: https://doi.org/10.55716/jjps.lawCo.2024.2.1

أ.م.د فراس سامي حميد الملا جواد
جامعة ديالى- كلية القانون والعلوم السياسية
Assist. Prof. Dr. Firas Sami Hamid Al-Mulla Jawad
University of Diyala- College of Law and Political Science
E-mail: feras2023@uodiyala.edu.iq

م.د حسين عمار عبد الحسين الكرادي
جامعة ديالى- كلية القانون والعلوم السياسية
Inst. Dr. Hussein Ammar Abdul Hussein Al-Karady
University of Diyala- College of Law and Political Science
E-mail: hussean.alkarrady@gmail.com

ملخص البحث

Abstract

إنَّ الالتزام بالإعلام أو التحذير في المنتجات الخطرة يؤدي أثرًا حاسمًا في بناء الوعي القانوني للأفراد وتقويته في مجال استهلاك هذه المنتجات، وإنَّه ضرورة توفير التحذير والإعلام الدقيق والشامل على العبوات والمعلومات المرفقة مع المبيع، فقد تمكن المستهلكون من خلالها من فهم الآثار الجانبية المحتملة والاستخدامات الصائبة لها والجرعات الموصي بها، ولا شك أنَّ هذا الفهم المدرك يسمح للأفراد باتخاذ قرارات مسؤولة في استخدام هذا المنتج، والتقيد بالتعليمات المقدمة، ويعزز من قدرتهم على التعرف إلى المنتجات المعيبة أو المزيفة وتجنب استخدامها، ومن ثَمَّ سوف يحميهم من المخاطر الصحية والتبعات القانونية وفضلا على ذلك لما يبعثه من عنصر الثقة بين المتعاقدين، فإنَّ الالتزام بتقديم معلومات شفافة ودقيقة يزيد من ثقة المستهلكين في المهنيين والموردين والشركات المصنعة لهذه المنتجات مما يعزز من التفاعل الإيجابي والمسؤول بين المستهلكين في سوق المنتجات لهذه الأسباب، وقد فرضت أغلب التشريعات واجب الالتزام بالإعلام أو التحذير في مجال المنتجات الخطرة، وإنَّ الإخلال بهذا الواجب يترتب على المُنتِج أو البائع المسؤولية المدنية التي تنشأ في حال مخالفة هذا الالتزام، وتقرر لمصلحة المتضرر.

Abstract

Commitment to inform or warn about dangerous products plays a decisive role in building and intensifying the legal awareness of individuals in the field of consumption of these products and that the necessity of providing accurate and comprehensive warning and information on the packages and information accompanying the product may enable consumers to understand the possible side effects, and the recommended uses and doses. There is no doubt that this clear understanding allows individuals to make responsible decisions about the use of this product and adhere to the instructions provided. It also enhances their ability to recognize defective or counterfeit products and avoid using them, and thus will protect them from health and legal risks, in addition to that, because it inspires an element of trust. Among contractors, the commitment to providing transparent and accurate information increases consumers' confidence in professionals, suppliers, and manufacturers of these products, which enhances positive and responsible interaction by consumers in the

product market. For these reasons, most legislation imposes the obligation to inform or warn in the field of dangerous products, and that Breach of this duty entails civil liability for the producer or seller, which shall be imposed in the event of a violation of this obligation and shall be decided in the interest of the injured party.

أولاً: التعريف بموضوع البحث:

First: The Subject of the Research:

يقوم الالتزام بالإعلام والتحذير على فكرة مفادها توفير العلم الكافي لأحد المتعاقدين بكلِّ ما يرتبط بالعقد، فهو التزام وليد الواقع، إذ جاء لمعالجة ظاهرة عامة أفرزتها التطوُّرات التقنية المتسارعة المتمثّلة في الخلل في التوازن المعرفي بين المتعاقدين؛ إذ نجد أنَّ أحدهما هو الأقل معرفة وخبرة في مواجهة الطرف الآخر الذي يمتلك المعرفة الواقعية بخصائص محل العقد، أو بالوسائل المثلى لتنفيذ العقد لهذا، فيُعدّ الالتزام بالإعلام أو التحذير من أهم الالتزامات التي تقع على عاتق المهني سواء كان بائعا لمنتجات كيمياوية (كبائع المبيدات)، أو الصيدلي في مجال الدواء وغيرها من المهن في المنتجات الأخرى الكثيرة، وذلك لطبيعة العلاقة التي تربطه مع المستهلك؛ إذ يكون الأخير غالباً قليل الخبرة والمعرفة في مجال المبيدات والدواء بخلاف الأوَّل؛ إذ يكون مهنياً محترفاً، وفيما يتعلق بمحل بحثنا الالتزام بالإعلام أو التحذير في المنتجات الخطرة يؤدي أثرا حاسمًا في بناء الوعي القانوني للأفراد وتقويته في مجال استهلاك هذه المنتجات، وأنَّهُ ضرورة توفير تحذير واعلام دقيق وشامل على العبوات والمعلومات المرفقة مع المبيع قد تمكن المستهلكون من خلالها من فهم الآثار الجانبية المحتملة، والاستخدامات الصائبة والجرعات الموصي بها، ولا شك أنَّ هذا الفهم المدرك يسمح للأفراد باتخاذ قرارات مسؤولة في استخدام هذا المنتج والتقيد بالتعليمات المقدمة، ويعزز من قدرتهم إلى التعرف على المنتجات المعيبة أو المزيفة وتجنب استخدامها، ومن ثم سوف يحميهم من المخاطر الصحية والتبعات القانونية لهذا الاستعمال، وفضلا على ذلك لما يبعثه من عنصر الثقة بين المتعاقدين، فإنَّ الالتزام بتقديم معلومات شفافة ودقيقة يزيد من ثقة المستهلكين في المهنيين والموردين والشركات المصنعة لهذه المنتجات، ومما يعزز من التفاعل الإيجابي والمسؤول بين المستهلكين في سوق المنتجات لهذه الأسباب، إذ فرضت أغلب التشريعات واجب الالتزام بالإعلام أو التحذير في مجال المنتجات الخطرة، وإنَّ الإخلال بهذا الواجب يترتب على المُنتِج أو البائع المسؤولية المدنية التي تنشأ في حال مخالفة هذا الالتزام، وتقرر لمصلحة المضرور.

يقصد بالالتزام بالإعلام والتحذير في مجال تداول المنتَجات الخطرة بأنَّه: لفت انتباه المستهلك إلى الإخطار التي قد تنجم عن استعماله، أو حيازته للمنتج محل التداول، وكذلك الاحتياطات والتدابير الواجب اتخاذها للحيلولة دون وقوع هذه الأخطار[1]، حيث يلعب هذا الالتزام أثراً حاسماً في بناء الوعي القانوني في مجال استهلاك المنتجات الخطرة، فيتضح من تحليل هذا التعريف أنَّ الالتزام بالإعلام أو التحذير في مجال المنتَجات الخطرة محوران يدور حولهما هما: لفت انتباه المستهلك إلى المخاطر الكامنة في المنتج التي انتقلت أو سوف تنتقل إليه عن طريق التداول، وهو محور موضوعي، والتأثير فيه أثناء عزمه على سلوكه الخطر، وهو محور شخصي، فبالنسبة إلى المحور الأول (المحور الموضوعي)، فيُقصد به أنَّ التحذير يقتصر – فقط –على إثارة انتباه متلقّي المعلومات (المستهلك) إلى المخاطر الكامنة في المنتج الخطر محل التداول، ولفت نظره إلى الاحتياطات الواجب اتخاذها لتجنّب وقوع هذه الأخطار، فمن دون أنْ يتعدى إلى أمور أخرى لا تشكّل خطراً عليه، حيث إنَّ الخطورة هي مناط الالتزام بالإعلام أو التحذير فمعها ينشأ، ومن دون ينتفي، وأما المحور الثاني (المحور الشخصي): فيُقصد به أنّ التحذير لا يقتصر على مجرد إبداء رأي حيادي يسير– فحسب – مثل الإعلام البسيط، فإنما يمتدّ إلى إقناع المستهلك بأنَّ المسلك الذي هو بصدد العزم عليه خطر، ويسبّب له أضرارًا.

وهو ذو طبيعة مزدوجة بحيث يهيمن على المرحلتين السابقة واللاحقة للتعاقد نظراً لكونه يهدف إلى تنوير إرضاء المستهلك من جانب، وإلى حُسن استعماله للسِّلعة أو المنتَج الخطر، وضمان سلامته من جانب آخر، فإنَّ هذا الالتزام لا يقتصر مضمونه في – اعتقادنا – على بيان أوجه الاستعمال الصحيح محل التداول، والتحذير من مخاطره، ويقرّر بعض الشرّاح إنّما يشمل فضلاً على ذلك بيان الخصائص الجوهرية لهذا المنتج التي من شأنه الوفاء بها التأثير في قرار المستهلك أو المهني ومورد المنتج في الموافقة على التعاقد من عدمه، وإنَّ هذا المبدأ قد أكَّده القضاء في أحد المنتجات التي تتطلب الإعلام والتحذير، وهي المنتجات الطبية حينما قرَّرت: "أنَّ جوهر مُوجب الإعلام في القضايا الطبية إنما يتجسَّد بإفساح المجال أمام صاحب العلاقة الموافقة على ولوج باب العلاج، وهو واعٍ تماماً لمقتضياته ومساره وآثاره، وشتى جوانبه"[2]، وليس في هذا الأمر خروج عن الموضوع الذي نحن بصدده، لأنَّ الالتزام بالإعلام، أو التحذير يُفرَضُ قبل العقد من أجل تنوير رضاء المستهلك عبر إعطاء الصفات الجوهرية للشيء محل التداول حتى يُقدِم على إبرام العقد ورإضائه كامل التنوير، ويفرض أثناء تنفيذه من أجل حُسن استعمال هذا الشيء، وضمان سلامة هذا المستهلك حتى يتمكَّن من الانتفاع به على الوجه الأكمل، ويتجنَّب أخطاره المرتبطة بحفظة أو استعماله[3] فيتمكن المستهلكون من فهم حقوقهم وواجبتهم بشكل أفضل مما يساعد على فهم الوعي القانوني وتعزيزه

والالتزام بالقوانين واللوائح المحلية والدولية مما يفيد في تعزيز السلوك القانوني الإيجابي الذي يساهم في بناء مجتمع مدني يعتمد على القوانين والعدالة.

ثانياً: أهداف البحث:

Second: The Aims of the Study

يهدف البحث إلى بيان الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام والتحذير، وأين يجد أساسه القانوني بالنسبة للقوانين؟، مع معرفة كيفية تأثير الالتزام بالأعلام والتحذير في مفهوم الوعي القانوني لاسيما على مدى فهم المستهلكين لحقوقهم وواجباتهم المتعلقة باستخدام المنتجات الخطرة، وتقديم التوصيات اللازمة لتحسين فعاليته مما يسهم في تعزيز الثقة العامة المستهلكين وسلامتهم، ومن باب أولى يمكنهم من فهم مالهم من حقوق، وما عليهم من واجبات، وهذا بالتأكيد سيساعدهم على فهم الوعي القانوني وتعضيده والالتزام بالقوانين والتعليمات المفروضة للتجنب من الوقوع في الخطأ أو التعامل في المحظور.

ثالثاً: مشكلة البحث:

Third: Problem of The Statement:

تتجلى مشكلة البحث حول مدى كفاية الوسائل الفنية المعتمدة والحلول التي تبناه المشرع العراقي من تحقيق الحماية المأمولة والمرجوة لجميع المستهلكين في مواجهة الاضرار الناشئة لهم بسبب سوء الحفظ أو الاستخدام الخاطئ من قبلهم والراجعة إلى نقص أو انعدام أو الخطأ في تقديم البيانات التحذيرية، وهل الوعي القانوني لمستهلكي المنتجات الخطرة إلى النصوص الواردة في قانون حماية المستهلك بما تمتلكه من قواعد حماية يمكنها أن توفر الحماية الكافية لهم، أم إنَّ المشرع بإصداره هذه القواعد القانونية قد خلق إشكالية جديدة انعكست آثارها على المستهلك نفسه بحيث أصبحت مسألة بحاجة إلى تنظيم الحلول آنذاك وتقديمها.

رابعاً: منهجية البحث:

Forth: The Methodology:

اعتمد الباحثان في هذا البحث على المنهج الوصفي التحليلي للنصوص القانونية عن طريق تفسير هذه النصوص وتحليلها، واستقراء الأحكام القضائية للوصول إلى الغرض الذي نسعى إليه من وراء هذا البحث لتحقق المنطق السليم، وكذلك باتباع المنهج المقارن أيضاً، فمتى يتسنى لنا ذلك؟ فبالبحث المقارنة بين القوانين والتشريعات الأخرى، والإحاطة بها لتوسيع الفكرة وفهمها بشكل أكبر وأعمَّ وأشمل ولاسيما أنَّ المقارنة كانت بالدرجة الأساس بين القانون المصري وبين القانون اللبناني عربياً، وبين القانون الفرنسي غربياً على وجه الخصوص.

خامساً: خطة البحث:

Fifth: Outline of the Research:

طبقا لما تم ذكره آنفا، وللإحاطة بكل جوانب الموضوع سوف نقسم هذا البحث على ثلاثة مباحث وذلك على النحو الآتي:

المبحث الأول: طبيعة الالتزام بالإعلام والتحذير وأساسه القانوني في مجال المنتجات الخطرة.

المطلب الأول: الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام والتحذير في مجال المنتجات الخطرة.

المطلب الثاني: الأساس القانوني للالتزام بالإعلام والتحذير في مجال المنتجات الخطرة.

المبحث الثاني: اليات الالتزام بالأعلام والتحذير في مجال المنتجات الخطرة وتأثيرها على الوعي القانوني.

المطلب الأول: بيان خصائص الشيء الخطر محل التداول والطريقة السليمة لاستعماله.

المطلب الثاني: وسائل بيان المخاطر المرتبطة بهذا الاستعمال والاحتياطات وسبل تفاديها.

المبحث الأول

Section One

طبيعة الالتزام بالإعلام والتحذير واساسه القانوني في مجال المنتجات الخطرة

The Nature of the Obligation to Inform and Warn and Its Legal Basis in The Field of Hazardous Products

إنَّ بيان الوصف القانوني لهذا الالتزام فيما إذا كان التزاما محددا بصفة خاصة، وله ذاتية تمييزه من بقية أنواع الالتزام المعروفة، إذ يتطلب التطرق لأنواع هذه الالتزامات معرفة مفهومها، ومن ثم تحديد نوع الالتزام الذي يتفق مع طبيعة الالتزام بالتحذير من المنتوجات الخطرة، وفضلا على بيان كذلك الأساس القانوني الذي يبنى عليه هذه الالتزام سواء كان منصوصا عليه بحسب القواعد العامة، أو بحسب القواعد الخاصة وهذا ما نبينه من خلال المطلبين الآتيين:

المطلب الأول: الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام أو التحذير في مجال المنتجات المعيبة.

المطلب الثاني: الأساس القانوني للالتزام بالإعلام أو التحذير في مجال المنتجات الخطرة.

المطلب الأول : الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام والتحذير في مجال المنتجات الخطرة

اختلف فقهاء القانون وشرَّاحه حول الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام أو التحذير في مجال تداول المنتَجات الخطرة، فمنهم من قال: "إنَّ الالتزام بالإعلام أو التحذير هو التزام تحقيق نتيجة (أولاً)، ومنهم من يرى بأنَّه التزام ببذل عناية (ثانياً)، وأما القسم الأخير فإنَّه يرى أنَّ الالتزام ذو طبيعة خاصة (ثالثاً)، ولكل

فريق رأيه وحججه وأسانيده، وهذا ما سنتولى تسليط الضوء عليها بشيء من الإيجاز ببيان كل رأي بفرع مستقل، وذلك على النحو الآتي:

الفرع الأول: الاتجاه الذي يذهب إلى أنَّ الإعلام والتحذير هو التزام بتحقيق نتيجة

The First Branch: The Trend That Goes to The Fact That Information and Warning Is an Obligation to Achieve a Result

يرى جانب من فقهاء القانون وشرَّاحه[4] أنَّ الالتزام بالإعلام أو التحذير في مجال تداول المنتَجات الخطرة هو التزام بتحقيق نتيجة، ويجب على المهني– سواء كان منتِجاً أم بائعاً – أنْ يقوم بإعطاء المستهلك البيانات كافة التي تتعلَّق بالمخاطر التي ينطوي عليها هذا المبيع محل التداول التي يعلمها، أو من المفروض عليه أنْ يعلمها، وهذا ما أكَّدته محكمة الاستئناف في بيروت فيما يتعلق بالمنتج الطبي عندما قرَّرت أنَّ: "موجب إعلام المريض، أو أهله بخطورة العلاج ومضاعفاته هو مُوجب نتيجة، وليس مُوجب بذل عناية لأنَّه من حق المريض، أو ذويه على الأقل أنْ يكونوا على بيِّنة كاملة من مخاطر العلاج، ومن المضاعفات التي قد تنتج عنه"[5]، ووفقاً لذلك يكون من حق المستهلك إقامة مسؤولية هذا الصيدلي (بسبب نقص، أو انعدام، أو خطأ في تقديم البيانات التحذيرية) في حال حصول الضَّرر إليه الناشئ عن استعماله لهذا المنتج ولا سبيل أمام هذا الأخير للتخلص من المسؤولية في هذه الحالة، إلاَّ بإثبات أنَّ سبباً أجنبياً أدى إلى عدم تحقيق النتيجة، واستند أنصار هذا الاتجاه إلى جملة من الحجج، والأسانيد نذكرها بالتفصيل على النحو الآتي:

أ–أنَّ الالتزام بالإعلام أو التحذير من مخاطر المنتَجات الخطرة يُعدّ وسيلة لضمان السلامة، فإنَّه لن يحقِّق هدفه المنشود، إلاَّ إذا كان التزاماً بتحقيق نتيجة، وأنَّ القول بغير ذلك يؤدِّي إلى عدم جدوى هذا الالتزام وتفريغه من مضمونه؛ ومن ثم لن يفيد المستهلك في شيء[6].

ب–أنَّ الاعتقاد بأنَّ الالتزام بالإعلام، أو التحذير هو التزام ببذل عناية، فيؤدِّي إلى المغايرة في الأحكام المُطبَّقة بالنسبة للمسؤولية عن أضرار المنتَجات الصناعية، والأحكام المطبّقة بالنسبة للمسؤولية عن الأشياء غير الحيَّة؛ حيث إنَّ المسؤولية الأخيرة تنعقد في حال إثبات المتضرِّر ، وأنّ الضَّرر الذي ألمّ به قد نشأ بسبب التدخل الإيجابي للشيء وفقاً للمسؤولية المدنية عن فعل الشيء، وإذا ثبت هذا الأمر، فلا يكون هناك سبيل لدفع المسؤولية من قِبل مَن نُسِب إليه إحداث الضَّرر سوى إثبات السبب الأجنبي، وأما بالنسبة للمستهلك الذي تضرَّر من منتج معيَّن بسبب سوء الاستخدام، أو الحفظ من قِبله، فإنَّه لا يستطيع أن يحصل على التعويض إلاَّ إذا أقام الدليل على خطأ المُمتهن المتمثِّل في النقص، أو الانعدام، أو الخطأ في تقديم البيانات الضرورية للمنتج، وهاهنا يكون في وضع أسوأ في ما لو أُتيحت له الفرصة في الرجوع مباشرة

إلى صانع هذا المنتج وفقاً لنظرية تجزئة الحراسة؛ بل أبعد من ذلك، وإنَّ حالة هذا المتضرِّر سوف يكون أسوأ من الأغيار الذين قد يتضرَّرون بفعل هذا الشيء، وطبعاً هذا – وفقاً لما يرى صاحب هذا الرأي – يتنافى تماماً مع الغرض الذي أراده القضاء الفرنسي من إنشاء الالتزام بالإعلام أو التحذير في مجال تداول المنتَجات الخطرة.

ج–أنَّ عدّ الالتزام بالإعلام، أو التحذير من المنتَجات الخطرة التزاماً بتحقيق نتيجة تؤدي إلى توحيد القواعد التي تحكم المسؤولية الناشئة عن أضرار المنتَجات الخطرة بسبب المخاطر التي تنطوي عليها والمسؤولية الناشئة عن أضرار المنتَجات بسبب العيوب الكامنة فيها لا سيما أنَّ التفرقة بين هذين النوعين – بحسب ما يرى صاحب هذا الرأي– لا تستند إلى أي أساس من العدل والمنطق، ويخلص صاحب هذا الرأي إلى أنَّه: من الأصوب ألاّ يُكلف هذا المتضرِّر في كلا الحالتين بإثبات الخطأ من جانب مُحدِث الضَّرر، وإنَّما يُكلَّف فقط بإثبات العلاقة السببية بين الفعل الصادر من هذا الشيء والضَّرر الذي أصابه[7].

الفرع الثاني: الاتجاه الذي يذهب بأنَّ الالتزام بالإعلام والتحذير هو التزام ببذل عناية

The Second Branch :The Trend That Holds That the Obligation to Inform and Warn Is an Obligation to Exercise Care.

يذهب جانب آخر من فقهاء القانون وشرَّاحه [8] – وهو الغالب – إلى أنَّ الرأي هو الالتزام بالإعلام أو التحذير في مجال المنتَجات الخطرة، هو التزام ببذل عناية، ويجب على المهني – سواء أكان منتِجاً أم بائعاً– أنْ يقوم بإعطاء المستهلك البيانات كافة التي تتعلق بالمخاطر التي ينطوي عليها المنتج محل التداول التي يَعلمها، أو من المفروض أنْ يعلمها، ولا تُعقد مسؤولية هذا البائع بسبب نقص، أو انعدام أو خطأ في تقديم البيانات التحذيرية، إلاّ بعد إثبات هذا المستهلك الخطأ في تقديم هذه البيانات، والمتمثِّل في عدم بذله للعناية اللازمة في هذا الأمر وقد وضع بعض[9] أنصار هذا الاتجاه جملة من الحجج والأسانيد التي من شأنها تسويغ اتجاههم، وهي تنطلق من المعايير التي اعتمدها الفقه في تحديد طبيعة الالتزام بشكلٍ عام، حيث يرى أصحاب هذا الرأي أنَّ الالتزام بالإعلام، أو التحذير يستجيب لتطبيق هذه المعايير؛ ومن ثم يستجمع – طبقاً لذلك – شروط الالتزام ببذل عناية، وهو ما سنتولّى تسليط الضوء عليه بشكلٍ مفصل، وعلى النحو الآتي:

أ–بالنسبة للمعيار الأوَّل، وهو احتمالية النتيجة: فإنَّ التزام المُمتهن (سواء أكان منتجاً أم بائعاً) بالإعلام أو التحذير من المنتَجات الخطرة، فيهدف إلى تجنيب المستهلك المخاطر التي يمكن أنْ تصيبه من جراء استخدام، أو حيازة السِّلعة، أو المنتج محل التداول من دون أنْ يضمن ذلك بمعنى أنَّ النتيجة التي يبتغيها هذا المُمتهن من الوفاء بالتزامه هي ضمان سلامة المستهلك، ولكنه لا يضمن تحققها، وسبب ذلك

هو أنَّ التحذير أو الإعلام مهما بلغت دقَّته ودرجة وضوحه وتفصيله لا يكفي وحده ضمان سلامة الأخير نظراً لأنَّ هذا الأمر متوقّف على مدى استجابة المستهلك وتفاعله مع الإعلام أو التحذير، وهنا تتبيَّن احتمالية النتيجة بصورة واضحة.

ب–بالنسبة للمعيار الثاني، وهو أثر الدائن في تحقيق النتيجة، فإنَّ أثر المُمتهن المنتج أو البائع (المدين) ينتهي بإعطائه جميع المعلومات والبيانات المتعلِّقة بالسِّلعة الخطرة محل التداول، ولا يُنتظر منه أكثر من ذلك، بمعنى أنَّه لا ينتظر منه تحقيق النتيجة التي من أجلها وضع الالتزام بالإعلام، أو التحذير، وهي ضمان سلامة المستهلك، وسبب ذلك هو أنَّ هذه النتيجة متوقفة على مدى مشاركة الأخير، أو تعاونه الذهني في هذا الأمر؛ فقد يهمل قراءة التحذيرات، وقد يقرأها، ولكنَّه لا يستجيب لها عند ذلك لا يكون للإعلام أو التحذير أي أثر يُذكر في تجنّب وقوع الضَّرر الناتج عن استخدام المنتج أو حفظه، وهنا يتبيَّن بشكلٍ واضح أثر الدائن في تنفيذ الالتزام، وتحقيق النتيجة المنشودة.

الفرع الثالث: الاتجاه الذي يذهب بأنَّ الإعلام والتحذير هو التزام ذو طبيعة مزدوجة

The Third Branch:The Trend That Holds That Information and Warning Is an Obligation of a Dual Nature.

في إطار احتدام وجهات النظر بين فقهاء القانون وبين شراحه حول الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام ذهب جانب أخير من الشرَّاح [10]، إلى الاعتقاد بأنَّ الالتزام بالإعلام أو التحذير هو التزام أقوى من الالتزام ببذل عناية، وأخف من الالتزام بتحقيق نتيجة؛ ومن ثم هو التزام ذو طبيعة خاصة، وطبقاً لذلك تمَّ تقسيم الالتزام بالإعلام أو التحذير الذي يكون في مجال تداول المنتَجات الدوائية على قسمين:

القسم الأول: يتعلق بمدى التزام المُنتِج أو البائع بنقل البيانات التحذيرية الخاصة بالسلعة محل التداول إلى المستهلك، وهو يُعدّ التزاماً بتحقيق نتيجة؛ حيث يجب على هذا المهني – طبقاً لهذا الرأي – أن ينقل البيانات والمعلومات كافة التي يُعرّفها، أو من المفروض أنْ يُعرِّفها إلى المستهلك، ويكون التزامه هذا التزاماً مادياً بنقل المعلومات، وفي حال لم تتحقَّق هذه النتيجة، فإنَّه يُعدّ مخلاً بتنفيذ التزامه، ولا يُعفى من المسؤولية إلاَّ بإثبات السبب الأجنبي الذي حال دون وصول هذه المعلومات.

أما القسم الثاني: فيتعلق بمدى فهم، وتفاعل المستهلك مع البيانات التحذيرية، وهو يُعدّ التزاماً ببذل عناية؛ لأنَّ هذا الأمر لا يعود إلى المُنتِج أو البائع وحده، ولا يمكنه السيطرة عليه؛ ولذلك يجب على هذا المهني سواء أكان منتجاً، أو موزعاً أنْ يتَّخذ الوسيلة الأكثر ملاءمة لتوصيل فكرة التحذير أو الإعلام إلى هذا المستهلك، وفي حال لم يتمّ هذا الأمر، فإنَّه يمكن للأخير أنْ يثبت خطأه على أساس أنَّه لم يستخدم

الوسيلة المناسبة لتوصيل الإعلام، أو التحذير إليه، ويكون هذا الخطأ بصورة واسعة، ويستند أنصار هذا الاتجاه – في تسويغ موقفهم – إلى جملة من الحجج والأسانيد نذكرها بالتفصيل على النحو الآتي:

أ–لا يمكن الأخذ بالاتجاه الأول القاضي بأنَّ الالتزام بالإعلام أو التحذير هو التزام تحقيق نتيجة، ونظراً للانتقادات التي وُجّهت إليه، وأنَّه لا يمكن الأخذ بالاتجاه الثاني بوصفه يُقلّل من الحماية المفروضة للمستهلك عبر إثقال كاهله بعبء الإثبات من خلال إلزامه بإثبات خطأ الممتهن حتى تنعقد مسؤوليته [11].

ب–أنَّ اتجاههم – هذا – يتماشى مع اعتبارات حماية المستهلك لكونه يخفِّف على المستهلك عبء الإثبات؛ إذ بمجرد حصول الضَّرر إليه الناتج عن استخدامه أو حفظه، فيُعدّ أنَّه لم يحقّق النتائج المرجوة من التعاقد إليه؛ ومن ثم تنعقد مسؤولية المُمتهن على أساس خطأ يسير مُفترض قابل لإثبات العكس، ومن خلال إثبات أنَّه قام باختيار أفضل الوسائل لتوصيل فكرة البيانات التحذيرية من خلال التحذير المكتوب والوافي والواضح والبارز، والمثبّت على المنتج، وإنَّ المتضرِّر لم يلتزم بهذه البيانات عند استعماله أو حفظه لهذا المنتج الدوائي.

وعلى كل حال، وفي إطار الترجيح بين هذه الاتجاهات، فإنَّنا نرجّح الاتجاه الأخير القاضي بأنَّ الالتزام بالإعلام أو التحذير الذي يكون في مجال المنتجات الخطرة هو التزام ذو طبيعة خاصة، لأنَّه بالفعل لا يمكن الانطلاق من مبدأ عام مُسبق يقضي بالتسليم أنَّ الالتزام بالإعلام هو التزام بتحقيق نتيجة أو ببذل عناية إنَّما الأصح – في اعتقادنا – هو أنَّ هذا الالتزام ذو طبيعة خاصة؛ ومن ثم يكون الالتزام بالإعلام التزاماً بتحقيق نتيجة من حيث توصيل البيانات التحذيرية للمستهلك، وهو ما يمكن تلمّسه ممّا أقرته المادة (6) من قانون حماية المستهلك العراقي النافذ التي نصَّت على أنَّه: "للمستهلك الحق في الحصول على... ب – المعلومات الكاملة عن مواصفات السِّلعة، والتعرّف على الطرق السليمة لاستعمالها..."[12]، التي تقابلها الفقرة (2) من المادة (2) من القانون المدني المصري التي تنص على أنه:" يحظر على أي شخص إبرام أيّ اتفاق أو ممارسة أي نشاط يكون من شأنه الاخلال بحقوق المستهلك الأساسية وعلى الأخص:... الحق في الحصول على جميع المعلومات والبيانات الصحية عن خدمات أو المنتجات التي يشتريها أو يستخدمها أو تقدم إليه"[13].

المادة (3) من قانون حماية المستهلك اللبناني النافذ، التي تنص على أنَّه:" يتمتع المستهلك بالحقوق التالية التي يمارسها وفقاً لأحكام هذا القانون... ج – الحق بالاستحصال على معلومات صحيحة وواضحة ووافية تتعلق بالسِّلعة أو الخدمة وثمنها وميزاتها وطرق استعمالها، والأخطار التي قد تنتج عن هذا الاستعمال "، وهذا الواقع يمكن تلمسه أيضاً مع ما جاء به قانون حماية المستهلك الفرنسي، وذلك في نص المادة

(1/111) منه على أنه:" يلتزم كل بائع مهني للسلع أو الخدمات، قبل إبرام العقد بأنْ يضع المستهلك في موقف يمكنه من معرفة الخصائص الأساسية للسِّلعة أو الخدمة"، وهو التزام ببذل عناية من حيث فهم المستهلك، وتفاعله مع البيانات التحذيرية، وذلك أنَّه بالفعل لا يمكن إلزام المهني – سواء كان منتجاً أم بائعاً – بهذه النتيجة (ضمان سلامة المستهلك)؛ لأن هذا الأمر يعدّ من قبيل التكليف المستحيل، فقد لا يفهم المستهلك هذه البيانات أو قد يفهمها، ولكنه لا يلتزم بها، فعندها لا يكون للأعلام أو للتحذير أي أثر في حماية المستهلك من الأضرار التي يمكن أنْ تصيبه في نفسه، أو أمواله من جراء استخدامه، أو حفظه للمنتج محل التداول.

المطلب الثاني: الأساس القانوني للالتزام بالإعلام والتحذير في مجال المنتجات الخطرة

The Second Requirement:The Legal Basis for The Obligation to Inform and Warn in The Field of Dangerous Products

على الرغم من الإشارة الواضحة والصريحة من قِبل القواعد الخاصة المتمثّلة في قانون تنظيم مهنة الصيدلة، وقانون حماية المستهلك إلى الالتزام بالإعلام، فنجد أنَّ هناك اتجاهًا من الفقه يرى أنَّ الالتزام بالإعلام يجد أساسه في القواعد العامة المتمثّلة في القانون المدني مما يستدعينا توضيح ذلك بشكل مفصل وعلى نحو الفرعيين الآتيين:

الفرع الأول: الأساس القانوني للالتزام بالإعلام أو التحذير في القواعد الخاصة.

الفرع الثاني: الأساس القانون للالتزام بالإعلام أو التحذير في القواعد العامة.

الفرع الاول: الأساس القانوني للالتزام بالإعلام والتحذير في القواعد الخاصة

First Branch: The Legal Basis for The Obligation to Inform and Warn in Special Rules

إنَّ الالتزام بالإعلام يجد أساسه في القواعد الخاصة التي نصَّت عليه بصورة صريحة ومباشرة، وذلك في قوانين حماية المستهلك، وهو ما سنتولى تسليط الضوء عليه بشكلٍ مفصل لنرى مدى إمكانية تأسيس هذا الالتزام، على أيٍّ من هذه النصوص، وكالآتي:

1–الأساس الوارد في قانون حماية المستهلك العراقي رقم (1) لسنة 2010:

أشار المشرّع العراقي إلى الالتزام بالإعلام، أو التحذير في قانون حماية المستهلك في أكثر من موضع، وذلك على النحو الآتي:

– في مجال حقوق المستهلك، إذ نصَّت المادة (6) من هذا القانون على أنَّه:" للمستهلك الحق في الحصول على... المعلومات الكاملة عن مواصفات السِّلع، والتعرّف على الطرُق السليمة لاستعمالها"، ومن مطالعة نصّ هذه المادة وتحليلها يُلحَظ أنَّها إشارة إلى أهم حق من الحقوق التي قُرِّرت للمستهلك، ألا وهو الحق

بالحصول على المعلومات الكاملة على السِّلع والمنتَجات التي يتزوَّد بها لأجل معرفة خصائصها، والطُرُق السليمة لاستعمالها، وذلك بهدف سدّ الفجوة المعرفية بينه وبين المُمتهن؛ حيث يتوجَّب عليه أنْ يوفر له المعلومات الكافية عن كلِّ ما يتعلَّق بهذه السِّلع والمنتَجات.

في مجال الإعمال المحظورة على المجهز [14]، فقد أشار المشرِّع العراقي إلى الالتزام بالإعلام أو التحذير في المادة (9) من قانون حماية المستهلك العراقي النافذ التي نصَّت على أنَّه: "يحظَّر على المجهز والمعلن ما يأتي: "... إنتاج، أو بيع، أو عرض الإعلان عن: أي سلعة لم يدوَّن على أغلفتها أو علبها، وبصورة واضحة المكوّنات الكاملة لها، أو التحذيرات (إنْ وُجدت)، وتاريخ بدء الصلاحية، وانتهاء الصلاحية"[15]، ومن مطالعة نص هذه المادة وتحليلها نجد أنَّ المشرِّع العراقي قد ذكر الإعلام أو التحذير ضمن الأمور التي يحظّر على المجهز – المُنتِج أو البائع – التقاعس عن الوفاء بها.

على الرغم من أهمية ما جاء به المشرِّع العراقي في هذه المادة، وذلك من خلال النص على هذا الالتزام بصورة صريحة إلاَّ أنَّه لم يَسلَم من سهام الانتقاد؛ فالبعض[16]، فيرى أنَّ معالجة المشرِّع العراقي للالتزام بالتحذير، جاءت بصورة خجولة؛ إذ إنَّه لم يُلزم المُجهز (المُنتِج أو البائع أو حتى المستورد) سوى الامتناع عن إنتاج أو بيع، أو الإعلان عن المنتَجات الخطرة التي لم يدوّن عليها التحذيرات الخاصة بها، وحوَّل بذلك التزام المجهز بالإعلام من التزام إيجابي إلى التزام سلبي، وهو نقص غير مبرَّر، وكان الأجدر بالمشرِّع العراقي تلافيه، لأنَّه من شأن ذلك أنْ يوثِّر على الحماية الممنوحة للمستهلك من المنتَجات الخطرة في مواجهة المُنتِج، أو البائع مبدئياً؛ لأنَّ الالتزام بالتحذير أو الإعلام يهدف إلى توفير أكبر قدر ممكن من الحماية لهذا المستهلك، وفي مواجهة هذا المُمتهن من خلال إلزام الأخير بالتدخّل في شؤونه بغرض بيان أوجه المخاطر التي تكتنف المنتَجات الخطرة والاحتياطات الواجب اتخاذها في سبيل تفاديها[17].

لذا تأسيساً على ذلك، فكان من الأفضل على المشرِّع العراقي إلزام المجهِّز بإعلام المستهلك بصورة إيجابية أكثر من التي وردت في المادة (9) من قانون حماية المستهلك العراقي النافذ، وذلك على غرار ما فعله المشرِّع اللبناني الذي سوف يتبيَّن لنا موقفه لاحقاً، ولا يمكن معالجة هذا الخلل التشريعي إلاَّ من خلال المشرِّع نفسه، وذلك من خلال تعديل نص هذه المادة، أو تكون المعالجة من خلال القضاء، وذلك من خلال تطويع نص المادة (9)، والأخذ بالتفسير المنظور لما ذكرناه، والقول بأنَّ المشرِّع العراقي قد قصد في هذه المادة إلزام المجهز – المُنتِج أو البائع – عند إطلاق منتجاته للتداول أنْ يدوِّن على أغلفتها أو عليها بصورة واضحة المكوّنات الكاملة لها، والتحذيرات من مخاطرها، والاحتياطات الواجب اتخاذها في سبيل

تفاديها، وتاريخ بدء ونهاية الصلاحية وبهذا، فيمكن أنْ يحوِّل القضاء العراقي الالتزام بالإعلام الوارد في النص أعلاه من التزام سلبي إلى التزام ايجابي.

1-الأساس الوارد في قانون حماية المستهلك المصري رقم (181) لسنة 2018، ولقد كان المشرِّع المصري أكثر حزمًا ودقة في معالجة الالتزام بالتحذير أو الإعلام، وذلك بنصوص واضحة وصريحة وبشكل مفصل، وفي أكثر من موضع، وبذلك اختلف عن المشرِّع العراقي على النحو الآتي:

في مجال حقوق المستهلك، إذ نصَّت الفقرة (2) من المادة (2) من القانون أعلاه على ما يلي:" يحظر على أي شخص إبرام أيّ اتفاق أو ممارسة أي نشاط يكون من شأنه الإخلال بحقوق المستهلك الأساسية وعلى الأخص :... الحق في الحصول على جميع المعلومات والبيانات الصحية عن خدمات، أو المنتجات التي يشتريها أو يستخدمها أو تقدم إليه"[18].

أمَّا فيما يخص السلعة أو الخدمة ، فقد أشار المشرِّع المصري إلى هذا الالتزام، حيث نص في المادة (4) على ما يلي:" يلتزم المورد بإعلام المستهلك بجميع البيانات الجوهرية عن المنتجات أو الخدمات التي يقدمها...."[19]، وكذلك نصت المواد (7-8-9) من القانون المذكور أعلاه بأنْ يلتزم المورد بأنْ يضع على السلع البيانات التي توجبها المواصفات القياسية، ويجب على المورد أيضاً أن يعلن أسعار السلع بشكل واضح وصريح، وفضلاً على ذلك ألزم المشرع المصري المورد بتجنب أيّ سلوك خادع في الإعلان عن السلعة ...."[20]، فيتبين لنا من خلال المواد أعلاه أنَّ المشرع المصري قد اهتم بالإعلام والتحذير حيث إنَّهُ أشار إليه في أكثر من مادة على خلاف المشرِّع العراقي الذي قصر هذه المعالجة على مادة واحدة فقط .

1-الأساس الوارد في قانون حماية المستهلك اللبناني رقم (659) لسنة 2005:

المشرِّع اللبناني لم يقتصر على معالجة الالتزام بالتحذير أو الإعلام بنصوص محدَّدة وسلبية مثل ما فعل المشرِّع العراقي، وإنَّما أورد ذكره بصورة مفصَّلة، وفي أكثر من موضع، وذلك على النحو الآتي:

في مجال حقوق المستهلك: نصَّت المادة (3) من القانون أعلاه على ما يلي:" يتمتع المستهلك بالحقوق الآتية التي يمارسها وفقاً لأحكام هذا القانون:...الحق بالاستحصال على معلومات صحيحة وواضحة، ووافية تتعلَّق بالسِّلعة أو الخدمة وثمنها وميزاتها وطرُق استعمالها، والأخطار التي قد تنتج عن هذا الاستعمال"[21].

وفي موضع آخر أيضاً، فأشار المشرِّع اللبناني إلى هذا الالتزام، حيث نص في المادة (7) على ما يلي: "أ- يجب أنْ تدرج على لصاقات السِّلع أو التوضيب، المعلومات التي تحددها الإدارة المختصة تبعاً لطبعة كل

سلعة وخصائصها، وفقاً للمواصفات المعمول بها؛ ب– تشمل المعلومات المذكورة أعلاه على سبيل المثال لا الحصر:... المخاطر والمحاذير الناجمة عن استعمال السِّلعة"[22].

– في مجال سلامة السِّلعة والخدمة: أشار المشرِّع اللبناني أيضاً في المادة (36) من قانون حماية المستهلك النافذ إلى أنَّه:" على المحترف أنْ يوفر للمستهلك المعلومات الأساسية حول تقدير الأخطار المرتبطة باستعمال السِّلعة، أو الخدمة خلال المدة المتوقعة لاستعمالها"[23].

وفي موضع آخر أيضاً، فأشار المشرِّع اللبناني في القانون نفسه إلى هذا الالتزام، وتحديداً في المادة (37)، والتي نصَّت على أنَّه:" يتوجب على كل مصنَع أو محترف أنْ يبيّن للمستهلك خطياً وبوضوح الطريقة الفضلى لاستعمال السِّلعة أو الخدمة؛ وعليه أنْ ينبِّه إلى المخاطر التي قد تلحق بالمستهلك في حالة جرى استعمالها بشكلٍ مخالف".

يتبيَّن لنا من مطالعة هذه النصوص وتحليلها مدى اهتمام المشرِّع اللبناني والمصري بالالتزام بالإعلام أو التحذير من المنتَجات الدوائية التي هي بطبيعتها خطرة، وذلك من خلال المعالجة التفصيلية الإيجابية لجميع مفاصل هذا الالتزام[23]، وعلى خلاف المشرِّع العراقي الذي قصر هذه المعالجة على مادة واحدة فقط وبصورة سلبية كما ذكرنا سابقاً.

الأساس الوارد في قانون حماية المستهلك الفرنسي رقم (949) لسنة 1993:

نصَّ القانون المذكور أعلاه صراحة على حق المستهلك في الحصول على المعلومات الكافية والوافية عن المنتج الذي يريد أنْ يشتريه، حيث خصَّص الفصل الأول من الباب الأول من هذا القانون للالتزام العام بالإعلام، ونص صراحة في المادة (1/111) منه على أنْ: "يلتزم كل بائع مهني للسلع أو الخدمات، قبل إبرام العقد، بأنْ يضع المستهلك في موقف يمكنه من معرفة الخصائص الأساسية للسِّلعة أو الخدمة"[24].

كذلك نصَّت المادة (2/111) على أنَّه:" يجب على المنتج أنْ يمد المستهلك بكلِّ المعلومات الضرورية لاستخدام المنتَج، وخاصة المدة التي السِّلعة خلالها صالحة للاستعمال بعد طرحها للسوق"[25]، كذلك أكدت الفقرة الثالثة على أن أحكام الفقرتين السابقتين تطبق من دون إخلال بتطبيق أيّ أحكام أخرى تكون أكثر حماية للمستهلك في شأن الالتزام المنتج بالأعلام[26].

الفرع الثاني: الأساس القانون للالتزام بالإعلام والتحذير في القواعد العامة

Second Branch: The Legal Basis for The Obligation to Inform and Warn in General Rules

يرى جانب من الفقهاء أنَّ الالتزام بالإعلام يجد أساسه في المبادئ العامة الواردة في القانون المدني؛ بيد أنّهم لم يتفقوا على رأي واحد، وإنّما قال بعض منهم إنَّ الإعلام يرجع إلى مبدأ حُسن النية في تنفيذ العقود في

حين بعضهم الآخر قال بأنَّ الإعلام يرجع في أساسه إلى اعتبارات العدالة بوصفها من مستلزمات العقد ووفقاً لذلك، وسنتطرق إلى هذه الآراء بشيءٍ من التفصيل لنرى مدى سلامتها، فهذا بالنسبة للوضع في العراق ولبنان، وأمّا في فرنسا فقد حسم المشرّع الفرنسي هذا الجدال الفقهي في التعديلات الأخيرة للقانون المدني الفرنسي الصادرة في عام 2016، وأشار إلى هذا الالتزام بشكلٍ واضح وصريح، فهذا ما سوف نحاول بيانه على النحو الآتي:

أولاً– الأساس القانوني للالتزام بالإعلام والتحذير في القانون المدني العراقي والمصري واللبناني:

يعتقد بعض الفقهاء أنَّ الأساس القانوني الذي يستند إليه الالتزام بالإعلام يرجع إلى مبدأ حُسن النية في تنفيذ العقود، وبينما يعتقد بعضهم الآخر أنَّه يرجع في أساسه إلى اعتبارات العدالة بوصفها من مستلزمات العقد، وهو ما سنتولَّى تسليط الضوء عليه بشكلٍ مفصَّل لنرى مدى إمكانية تأسيس هذا الالتزام على أيّ من هذه النصوص:

– مبدأ حُسن النية بوصفه أساساً للالتزام بالإعلام والتحذير:

يرى جانب من فقهاء القانون وشرَّاحه[27] أنَّ الالتزام بالإعلام في مجال تداول المنتَجات الخطرة – بوصف الدواء من ضمنها – يرجع في أساسه إلى مبدأ حُسن النية في تنفيذ العقود الذي أُقِرَّ في الفقرة الأولى من المادة (150) من القانون المدني العراقي التي نصَّت على أنَّه: "يجب تنفيذ العقد طبقاً لِما اشتمل عليه، وبطريقة تتفق مع ما يُوجبه حُسن النيّة"[28]، والتي تقابلها في المعنى ذاته نصّ المادة (148) من القانون المدني المصري التي نصَّت على الاتي :" يجب تنفيذ العقد طبقاً لما اشتمل عليه وبطريقة تتفق مع ما يوجبه حسن النية " والمادة (221) من قانون الموجبات والعقود اللبناني التي نصَّت على الآتي: "إنَّ العقود المُنشأة على الوجه القانوني تُلزِم المتعاقدين، ويجب أنْ تُفهم، وتفسَّر، وتنفَّذ، وفقاً لحُسن النيَّة"[29]، وذلك على اعتبار أنَّ هذا المبدأ يفرض على المهني– سواء أكان منتِجاً أم بائعاً – الالتزام بالإفضاء للمستهلك بجميع البيانات المتعلقة بالمنتَجات الخطرة محل التداول[30]، والحقيقة أنَّنا بدورنا نؤيّد هذا الاتجاه من الفقه، ونعتقد بسلامة موقفه، لأنَّ القضاء اللبناني قد ربط بين هذا المبدأ وبين فرض الالتزام بالإدلاء بالبيانات بشكلٍ عام والالتزام بالإعلام بشكلٍ خاص؛ ففي لبنان قضي بأنَّ:" مبدأ حُسن النية في تنفيذ العقود يفرض على كلّ متعاقد أنْ يقوم بإعلام المتعاقد معه بكلِّ ما من شأنه صيانة حقوقه، وإنَّ موجب الإعلام هذا، فيكون مفروضاً– بصورة خاصَّة – على الأشخاص الممتهنين، والذين ينعكس وضعهم المهني على موقعهم التعاقدي، بحيث يكونوا أكثر إلماماً بشروط التعاقد وبتفاصيله ممَّن يتعاقدون معه"[31].

– مستلزمات العقد بوصفها أساساً للالتزام بالإعلام:

على الرغم من صلاحية مبدأ حُسن النية لكي يكون أساساً قانونياً للالتزام بالإعلام أو التحذير في مجال تداول المنتَجات الخطرة، إلاَّ أنَّ هناك رأياً آخر لدى بعض فقهاء القانون وشرَّاحه[32] يذهب بالقول إلى أنَّ هذا الالتزام يستند إلى العقد الذي بموجبه يتمّ التداول بالمنتَجات الخطرة، وذلك باعتباره من مستلزماته وفقاً للقانون والعرف والعدالة، وذلك بمقتضى الفقرة الثانية من المادة (150) من القانون المدني العراقي التي نصَّت على أنَّه:" لا يقتصر العقد على إلزام المتعاقد بما ورد فيه، ولكن يتناول أيضاً ما هو من مستلزماته وفقاً للقانون والعرف والعدالة بحسب طبيعة الالتزام"، والتي تقابلها في المعنى ذاته الفقرة الثانية من المادة (148) من القانون المدني المصري التي نصَّت على أنَّه: "لا يقتصر العقد على إلزام المتعاقد بما ورد فيه ولكن يتناول أيضاً ما هو من مستلزماته وفقاً للقانون والعرف والعدالة بحسب طبيعة الالتزام"، والمادة (221) من قانون الموجبات والعقود اللبناني التي نصَّت على:" أنَّ العقود المُنشأة على الوجه القانوني تُلزم المتعاقدين، ويجب أنْ تُفهم وتُفسّر وتُنفَّذ وفقاً لحُسن النيَّة والإنصاف والعُرف"، وذلك على اعتبار أنَّ هذه المواد تسمح بإعطاء التأصيل القانوني لجميع الالتزامات المُستحدثة التي يكون من ضمنها الإعلام، بحيث يكون القاضي– طبقاً لِما تقدَّم – أنْ يستعين بالقانون والعُرف والعدالة، ويضيف إلى العقد ما يُعدّ من مستلزماته مراعياً في ذلك التطوُّرات التي تحصل على الصعيد الاقتصادي والاجتماعي، حتَّى يُحقَّق التوازن عن طريق حشو العقد بالتزامات جديدة.

قد استند أنصار هذا الاتِّجاه إلى جملة من القرارات القضائيَّة الصادرة عن القضاء الفرنسي التي تدعم وجهة نظرهم، فنذكر منها ما قرَّرته الدائرة المدنيَّة الأُولى لدى محكمة التمييز الفرنسيَّة من مسؤوليَّة الشركة المُنتجة للمادَّة المقاومة للطفيليات استناداً إلى المادة (1135) من القانون المدني الفرنسي، وفي قضية تتلخص وقائعها في أنَّ مزارعاً قد أُصيب بإعاقة دائمة في عينه بسبب نقص التحذيرات الخاصة بالمبيد نتيجةً لتطاير ذراته أثناء الاستعمال؛ حيث أشارت المحكمة في معرض حكمها إلي أنّه مراعاة للمادة (1135) من القانون المدني الفرنسي، فإنَّه "يجب على الشركة المصنِّعة لمنتَج معيَّن، أنْ توفر جميع المعلومات اللازمة لاستخدامه، لا سيَّما تنبيهه إلى جميع الاحتياطات الواجب اتخاذها في ما إذا كان هذا المُنتج خطراً"[33].

ثانياً– الأساس القانون للالتزام بالإعلام أو التحذير في القانون المدني الفرنسي:

لاحظ القضاء الفرنسي سابقاً قصور الأدوات التي لجأ إليها لحماية المشتري على الرغم من محاولته توسيع مضمون دعوى العيب الخفي ونطاق الأشخاص المستفيدين منها، فضلاً عن العيوب التقليدية لهذه الدعوى؛ ولذا فقد حاول هذا القضاء سدّ أوجه القصور فيها، وعمد إلى إنشاء الالتزام بالإعلام على عاتق المحترف من أجل التعاون مع المشتري في الحصول على المعلومات التي يفتقر إليها بحكم قلَّة خبرته لتحقيق

أفضل استفادة من المنتَجات الخطرة وتجنّب مخاطر استعمالها، وتمَّ ذلك من خلال تطويع المادة (1135) [34] من القانون المدني الفرنسي التي تنُّص على أنَّه:" تُلزم الاتَّفاقيات ليس فقط بما هو مُعبر عنه فيها، بل أيضاً بجميع النتائج التي يقرّها الإنصاف، أو العُرف، أو القانون للالتزام بحسب طبيعته"[35].

ظل العمل بهذه المادة مستمراً إلى يوم 2016/2/10، وبعد ذلك رأى المشرّع الفرنسّي أنّه من الضروري تعديل القانون المدني الفرنسي، واعتمادا ما استقر عليه الاجتهاد القضائي، حيث دخلت هذه التعديلات حيز التنفيذ بتاريخ 2016/10/1، وقد احتوت هذه التعديلات على نص صريح يشير إلى الالتزام بالإعلام وذلك في الفقرة الأولى من نص المادة (1112) من القانون المدني الفرنسي، ولقد نظمت هذه المادة الالتزام بالإعلام من حيث حدوده، وعبء إثبات القيام به، وكذلك الجزاء المُطبّق في حالة الإخلال به، فبالنسبة لحدوده فقد نصَّ المشرّع على أنّه لا يجوز للأطراف وضع حدود لهذا الالتزام ولا تقييده، ولا يحق لهم استبعاده، وقد جاء النص كالآتي:

Art 1112 1 « Les parties ne peuvent ni limiter, ni exclure ce devoir ».

أمّا بخصوص جزاء الاخلال بهذا الالتزام، فيتمثل في إمكانية بطلان العقد وفق الشروط المنصوص عليها في خانة عيوب الرضا، وقد أفاد النص الآتي:

Art 1112 1 « le manquement à ce devoir d'information peut entraîner l'annulation du contrat dans les conditions prévues aux articles 1130 et suivants ».

أما مسألة عبء إثبات القيام بهذا الالتزام فنصّت المادة أعلاه، على مبدأ عام يتمثل في قيام المتعاقد المتضرّر بإثبات أنَّ المتعاقد الآخر كان ملزماً بالإعلام، وفي المقابل يتعيَّن على هذا الاخير إثبات قيامه بالالتزام، وقد نصَّت المادة على الآتي:-

Art 1112 1 « Il incombe à celui qui prétend qu'une information lui était due de prouver que l'autre partie la lui devait, à charge pour cette autre partie de prouver qu'elle l'a fournie ».

قد أراد المشرّع الفرنسي من خلال هذه التعديلات الجديدة مجابهة أعتد القوانين في هذا المجال، والعمل على غرار التشريع الألماني والإنكليزي والأمريكي (لا سيما في مجال المقاولات).

المبحث الثاني

Section Two

آليات الالتزام بالأعلام والتحذير في مجال المنتجات الخطرة وتأثيرها على الوعي القانوني

Mechanisms for Commitment to Information and Warning in the Field of Hazardous Products and Their Impact on Legal Awareness

استناداً إلى ما سبق ذكره في شأن تحديد الطبيعة القانونية للالتزام بالتحذير والإعلام من ناحية وقت أدائه، والذي رجحنا حينها أنه التزام ذو طبيعة مزدوجة وخاصة، بحيث يهيمن على المرحلتين السابقة واللاحقة للتعاقد لكونه يهدف إلى تنوير إرضاء المستهلك من جانب، وإلى حُسن استعماله للسلعة أو المنتج الخطر، وضمان سلامته من جانب آخر، فإنَّ هذا الالتزام لا يقتصر مضمونه في – اعتقادنا – على بيان أوجه الاستعمال الصحيح للشيء محل التداول والتحذير من مخاطرة، ويقرّر البعض من الشُّرَّاح، وإنَّما يشمل فضلا على ذلك بيان الخصائص الجوهرية لهذا الشيء، والتي من شأن الوفاء بها التأثير في قرار المستهلك في الموافقة على التعاقد الذي بواسطته يتم انتقال السلعة أو المنتج الخطر من عدمه، وليس في هذا الأمر خروج عن الموضوع الذي نحن بصدده؛ لأنَّ الالتزام بالتحذير يُفرَض قبل العقد من أجل تنوير إرضاء المستهلك عبر إعطاء الصفات الجوهرية للشيء محل التداول، حتَّى يُقدِم على إبرام العقد وإرضائه كامل التنوير ويُفرَض أثناء تنفيذه من أجل حُسن استعمال هذا الشيء وضمان سلامة هذا المستهلك، حتى يتمكن من الانتفاع به على الوجه الأكمل، ويتجنَّب أخطاره المرتبطة بحفظه أو استعماله، وفي ضوء ما تقدم سوف نقسم هذا المبحث على مطلبين ذلك على النحو الآتي :

المطلب الأول: بيان خصائص الشيء الخطر محل التداول والطريقة السليمة لاستعماله.

المطلب الثاني: بيان المخاطر المرتبطة بهذا الاستعمال وسبل تفاديها.

المطلب الأول: بيان خصائص الشيء الخطر محل التداول والطريقة السليمة لاستعماله.

The First Requirement: Explaining The Characteristics of the Dangerous Item Being Traded and The Proper Way to Use It.

بسبب عدم المساواة المعرفية بين أطراف العقد الذي بموجبه يتم تداول السلعة أو المنتج الخطر، فقد تقرر إلزام الممتهن بأنْ يزود المستهلك بالمعلومات كافة التي تشير إلى حقيقة الشيء الخطر محل التداول والتي من ضمنها الخصائص الفنية التي ينطوي عليها والطريقة السليمة لاستعماله ولتوضيح ذلك سوف نقسم هذا المطلب على فرعيين على النحو الآتي:

الفرع الأول: بيان الخصائص الفنية للمنتجات الخطرة.

الفرع الثاني: بيان الطريقة السليمة لاستعمال المنتجات الخطرة.

الفرع الأول: بيان الخصائص الفنية للمنتجات الخطرة

First Branch: Statement of Technical Characteristics of Dangerous Products

يتبيَّن مما سبق ذكره حول الالتزام بالتحذير أنَّ هذا الالتزام يرمي في أحد جوانبه إلى حماية رضا المستهلك عبر الإدلاء إليه بالبيانات الجوهرية التي من شأنها أن تجعل إرضاءه مستنيراً، حتَّى يُقدم على التعاقد، أيْ: أنْ يكون هنالك وعي قانوني عن إقدامه على هذا الشيء، وهو عالم بما تعاقد عليه، ويُصنّف بعضهم هذا الالتزام الذي من شأن الوفاء به تنوير رضا المستهلك على صنفين: إيجابي وسلبي، وهو ما سوف نتطرق إليه بتفصيل أكثر كما في النحو الآتي:

أولاً: الوجه الإيجابي:

يُقصد به توضيح الصورة من كامل جوانبها للمستهلك الراغب في التعاقد بشكل يُمكنه من الوقوف على جميع المعلومات والبيانات التي من شأنها أنْ تجعل رضائه كامل التنوير، بحيث إنَّهُ إذا قرَّر التعاقد يكون قراره متخذاً بصورة سليمة بعيداً عن أي التباس، وقد أُقِرَّ هذا الأمر صراحة في المادة (4) من قانون حماية المستهلك اللبناني النافذ، والتي نصت على أنَّه يتوجب على المحترف أنْ يزود المستهلك بمعلومات صحيحة ووافية وواضحة تتناول: "أ – البيانات الأساسية للسلعة أو الخدمة وطرق استخدامها ... ج – المخاطر التي قد تنتج عن الاستعمال"، ويُفهم من مطالعة هذه المادة وتحليلها أنَّ المشرع اللبناني قد ألزم المحترف والذي هو الموزّع الذي يتعامل مع المستهلك بصورة مباشرة أنْ يوضح له البيانات الأساسية للسلعة وطريقة استعمالها والمخاطر المرتبطة بهذا الاستعمال؛ ونعتقد من هذا التحليل أنَّ المشرع قد قصد في هذه المادة أنَّ الوفاء بهذا الالتزام يجب أن يكون قبل إبرام العقد الذي بموجبه يتم تداول وانتقال السلعة، أو المنتج الخطر من الممتهن إلى هذا المستهلك[36]، ويعود سبب اعتقادنا هذا إلى أنَّ المشرع اللبناني قد وضع هذه المادة ضمن الفصل الثالث الذي ورد تحت عنوان:" في إعلام المستهلك"، وهو ما يعني طبقاً المتقدم أنَّ المحترف والذي هو موزع المنتجات الخطرة يلتزم بإعطاء المستهلك قبل إبرام العقد البيانات الجوهرية المتعلقة بالشيء الخطر محل التداول، والتي قد تتمثل في البيانات الأساسية للسلعة أو طريقة استعمالها إذا كانت مُعقدة ومخاطر الاستعمال، وذلك حتَّى يتسنى للمستهلك معرفة ما هو بصدد التعاقد عليه بحيث يتعاقد وإرضائه كامل التنوير.

أما بالنسبة للمشرع العراقي، فلم نجد نصًّا يقابل النص المتقدم في القانون اللبناني، وإنَّما فقط أشار في المادة (6) من قانون حماية المستهلك إلى أنَّه:" للمستهلك الحق في الحصول على... المعلومات الكاملة عن مواصفات السلع"، وعلى الرّغم من أهمية هذا النصّ لكونه أشار إلى حق المستهلك في الحصول على المعلومات التي تشير إلى خصائص الشيء محل التداول، إلا أنَّهُ كان من الأفضل النصّ على هذا الأمر: (بيان الخصائص الفنية للشيء الخطر بصورة صريحة وإيجابية أكثر مما تم ذكره، وذلك من خلال إلزام الممتهن الذي يتعامل مع المستهلك بصورة مباشرة (الموزع) بالتحذير من هذا الشيء قبل إبرام العقد على غرار ما فعل المشرع اللبناني؛ لأنَّ من شأن هذا الأمر أنْ يحمي إرادة المستهلك الراغب في التعاقد من كلّ غلط والتباس يمكن أنْ يحصل إليه.

طبقاً لما تقدم ومن هذا المقام نتمنى من المشرع العراقي إذا ما قرر تعديل قانون حماية المستهلك النافذ أنْ يضيف نصّاً إلى هذا القانون يشير به إلى ضرورة إلزام الممتهن بأنْ يبيّن للمستهلك خصائص الشيء محل التداول قبل إبرام العقد لكي يتسنى للأخير معرفتها، حتى يُقدم على التعاقد وإرضائه كامل التنوير، ونقترح أن يُصاغ النصّ على النحو الآتي:" يتوجب على الممتهن قبل إبرام العقد أنْ يبين للمستهلك بصورة صحيحة ووافية وواضحة البيانات الجوهرية والأساسية للسلعة محل التعاقد، وكيفية استعمالها في ما إذا كانت معقدة، ومخاطر هذا الاستعمال؛ وذلك لكي يتسنى للأخير اتِّخاذ قراره بالتعاقد من عدمه.

2 – الوجه السلبي:

ينبغي على الممتهن فضلا على الالتزام الإيجابي الآنف الذكر أنْ يمتنع عن كتمان حقيقة مكوّنات الشيء محل التداول وخصائصه عن المستهلك وإلا يكون بخلاف ذلك، فإنَّ فعله هذا يُعدُّ من قبيل الكتمان الخادع الذي يؤدي إلى عدم إرضاء هذا المستهلك، ويعدُّ هذا معيبًا جدا في حقه، ومن ثم يعطي له الحق بالمطالبة بإبطال العقد الذي بموجبه تم انتقال السلعة، أو المنتج الخطر إليه استناداً إلى ما تقدم [37].

قد أشار إلى هذا الأمر المشرع اللبناني في المادة (48) من قانون حماية المستهلك النافذ؛ والتي نصَّت على أنَّه:" يتوجب على المحترف أو المصنع الامتناع عن القيام بأي من الأعمال التالية... خداع المستهلك أياً كانت الوسيلة المعتمدة لذلك كإغفال أو كتم معلومات أو تزويده بمعلومات خاطئة تتناول طبيعة، أو نوع، أو مصدر السلعة أو الخدمة، أو صفات كلّ منها الجوهرية أو تركيبتها ومكوناتها، أو كيفية استعمالها ومدة انتهاء صلاحيتها:" حيث إننا من مطالعة هذه المادة وتحليلها نجد أنَّ المشرع اللبناني قد منع في بداية المادة على الصانع أو المحترف فعل الخداع، ثمَّ عدد الصور التي يمكن أن يتمثل فيها، والتي من ضمنها إغفال أو كتم، أو تزويد المستهلك بمعلومات غير صحيحة تتناول طبيعة السلعة أو نوعها .. إلخ، ونحن نتفق ونؤيد

موقف المشرع اللبناني؛ لأنَّ هذا الأمر ينطبق بشكل كبير وجليّ على الالتزام بالتحذير، إذ إنَّ كتمان الممتهن صانعاً أم – طبيعة السلعة الخطرة على المستهلك يعدُّ من الأعمال الخداعية التي تصدر عنه وأنَّ هذا الأمر من شأنه التسهيل على المستهلك طلب إبطال العقد إذا ما تعرض للخداع لكونه يخفّف من حدة نظرية إبطال العقد لعلة الخداع [1]، ومن خلال تسهيل الإثبات عليه، وتتبين سهولة الإثبات في حال كتمان الممتهن للمعلومات التي تخصُّ طبيعة السلعة أو نوعها يُعدُّ هذا الأمر من قبيل الخداع الذي يجيز للمستهلك طلب إبطال العقد سنداً لما تقدم وطبعاً، وإنَّ موقف المشرع اللبناني في هذا الصدد يُعدُّ – في اعتقادنا – تدخلاً تشريعياً رائعاً كنا نتمنى لو كان له مثيل في قانون حماية المستهلك العراقي الذي اكتفى في المادة (9) منه على أنَّهُ:" يحظر على المجهز والمعلن ما يأتي : أولاً: ممارسة الغش والتظليل والتدليس واخفاء حقيقة المواد المكونة للمواصفات المعتمدة في السلع والخدمات كافة"، حيث إنه على الرغم من أهمية ما جاء به المشرع العراقي في هذه المادة عندما منع التدليس ورتب عقوبات جزائية لمن يقوم بهذا الفعل ، إلَّا إنَّ هذا الامر لا يعد كافياً في اعتقادنا ذلك كان أفضل انتهاج منهج المشرع اللبناني، وذكر الحالات التي يكون فيها عمل الممتهن من قبيل التدليس والخداع لما لهذا الأمر من أهمية تتمثل في تسهيل الإثبات على المستهلك فيما إذا اقدم الممتهن على إعطاء البيانات التي تخص طبيعة ومكونات المنتج الخطر بصورة منقوصة أو خاطئة أو غير صحيحة، ولهذه الأسباب نرى من الضروري على المشرع العراقي ان يعدل المادة (9) ويضيف الحالات التي يمكن فيها تصرف الممتهن سواء كان منتجاً او موزعاً او بائعاً من قبيل التدليس وذلك على غرار ما أشار اليه المشرع اللبناني في المادة (39) من قانون حماية المستهلك النافذ.

الفرع الثاني: بيان الطريقة السليمة لاستعمال السلع الخطرة.

Second Branch: Explaining the Correct Way to Use Dangerous Goods

يقتضي الالتزام بالإعلام في مجال المنتجات الخطرة من الممتهن أنْ يبيّن بيان خصائص الشيء الخطر محل التداول، وفضلا على الطريقة السليمة لاستعماله، وذلك من أجل تعريف المستهلك بأوجه الاستعمال الصحيحة، والسليمة لهذا الشيء حتّى يتسنى له استعماله استعمالاً صحيحاً وآمناً وفقاً للغرض المخصص له، ويتجنَّب الأضرار التي يمكن أن تنشأ له في حال الاستخدام الخاطئ أو السيئ؛ وترجع أسباب فرض هذا الالتزام إلى التطور التكنولوجي الذي يشهده عالمنا اليوم، والذي أفرز من خلاله منتجات دوائية معقدة ذات تقنية فائقة تستلزم وبشكل دقيق بيان طريقة الاستعمال الصحيحة والآمنة لها؛ وذلك أنَّ أقل خطأ في استعمالها قد يؤدي إلى وفاة المستعمل أو إصابته بأضرار جسدية جسيمة قد تصل إلى الإعاقة، أو فقدان إحدى الحواس[38]، ولهذه الأسباب، اعتبر المشرع – سواء في العراق أو في لبنان – أمر إعطاء البيانات

المتعلقة بطريقة استعمال المنتجات الخطرة حقاً من حقوق المستهلك الواجب الوفاء بها من قبل المهني وذلك بموجب المادة (6) من قانون حماية المستهلك العراقي النافذ، والتي نصت على: "الحق في الحصول على... المعلومات الكاملة عن مواصفات السلع، والتعرُّف على الطرق السليمة لاستعمالها"، والتي تقابلها بالمعنى نفسه المادة (3) من قانون حماية المستهلك اللبناني التي نصَّت على أنَّه:" يتمتَّع المستهلك بالحقوق التالية التي يمارسها وفقاً لأحكام هذا القانون... الحق بالاستحصال على معلومات صحيحة وواضحة ووافية تتعلَّق بالسلعة أو الخدمة وثمنها وميزاتها وطُرق استعمالها، والأخطار التي قد تنتج عن هذا الاستعمال".

بل أبعد من ذلك، ألزم – وبحق – المشرع اللبناني بصورة أكثر إيجابية المهني فيما يتعلق بمجال الصيدلي المصنع والمحترف بإعطاء المستهلك الطريقة الفضلى لاستخدام الدواء، وذلك بموجب المادة (37) من قانون حماية المستهلك اللبناني النافذ، والتي نصت على أنَّه:" يتوجب على كلّ مصنع أو محترف أنْ يبين للمستهلك خطياً وبوضوح الطريقة الفضلى لاستعمال السلعة"، وفضلا على أنَّ هناك التزامات عدة قد فرضها قانون مزولة مهنة الصيدلة لا يسعنا هنا نتناولها حتى لا نخرج عن نطاق البحث، وطبقاً لما تقدم يتبيَّن – وبصورة واضحة – مدى أهمية فرض هذا الالتزام، بحيث إنه يجب على المهني – سواء أكان منتجاً أم موزعاً أم بائعاً – أنْ يبين للمستهلك طريقة الاستعمال السليمة للشيء، حتّى يتمكن الأخير من الانتفاع به على أكمل وجه، ويتجنب الأخطار الناشئة عنه إذا ما جرى استعماله بصورة خاطئة، وفي حال تقاعس الأخير عن الوفاء بهذا الالتزام، فإنَّه يكون مسؤولاً بالتعويض أمام كلّ مَنْ يتضرر من جراء سوء استعمال هذا الشيء.

المطلب الثاني: وسائل بيان المخاطر المرتبطة بهذا الاستعمال وسبل تفاديها

The Second Requirement: Means of Explaining the Risks Associated with This Use and Ways to Avoid Them

يجب على المهني سواء كان منتجاً أم بائعاً أنْ لا يلتزم فحسب بأنْ يبين خصائص السلع الخطرة وطريقة الاستعمال الآمنة، بل يجب عليه فضلا على ما تقدم أنْ يبين للمستهلك المخاطر المرتبطة بهذا الاستعمال والتي قد تنجم عن سوء استعمال أو حفظ لهذا الشيء، وأن يوضح له في الوقت ذاته الاحتياطات التي يمكن بواسطتها توقي هذه المخاطر مع بيان الاضرار التي يمكن أنْ تحصل في حال عدم اتباع التحذيرات وعلى كل حال إنَّ الاعلام أو التحذير بشكل عام لكي يؤتي ثماره، ومن ثم يحقق الأهداف التي وضع من اجلها، فإنَّه يجب أنْ تتوفر به عدة شروط، وهي: أن يكون مكتوباً ووفياً ومفهوماً وبارزاً ومثبتا على المنتجات، وهذا ما نحاول توضيحه في هذا المطلب، وذلك على النحو الآتي:

أولاً: يجب أن يكون التحذير مكتوباً:

يقصد بهذا الشرط أنه يجب أنْ يكون التحذير المقدم إلى المستهلك من قبل المهني المنتج مُصاغاً بصورة مكتوبة كأنْ يكون التحذير مدونًا على السلعة ذاتها، أو العلبة التي تحويها، أو على نشراتها الداخلية حيث لا يمكن أنْ يكون التحذير شفوياً[39]، وهذا ما أكدته المادة (9) من قانون حماية المستهلك العراقي إذ نصت على أنَّهُ : " يحظر على المجهز والمعلن ما يأتي : انتاج ، أو بيع ، أو عرض أو الإعلان عن ... أي سلع لم يدون على أغلفتها أو عليها وبصورة واضحة المكونات الكاملة لها أو التحذيرات (إنْ وجدت)" وبذلك أكدت المادة (37) من قانون حماية المستهلك اللبناني ذات المبدأ، إذ نصت على أنَّهُ :" يتوجب على كل مصنع أو محترف أن يبين للمستهلك خطياً، وبوضوح الطريقة الفضلى لاستعمال السلعة أو الخدمة وعليه أنْ ينبه إلى المخاطر التي قد تلحق بالمستهلك في حال جرى استعمالها بشكل مخالف".

ثانياً: يجب أن يكون الإعلام أو التحذير وافياً:

يقصد بهذا الشرط أنْ يقوم المهني سواء كان منتجاً أو بائعاً بلفت انتباه المستهلك إلى كل أوجه المخاطر التي يمكن أن تصيبه بنفسه أو أمواله من جراء استخدام السلع الخطرة أو حيازتها، والى الوسائل التي يمكن بواسطتها تجنب هذه الاخطار، ولهذا يجب على المهني أنْ يكون أميناً بإعطاء المعلومات على السلع التي يريد بيعها، وبخلاف ذلك سوف يعرض نفسه إلى المساءلة [40]، حيث ألزم المشرع العراقي واللبناني المهني المحترف بأنْ يقوم بالوفاء بالإعلام والتحذير بصورة كاملة ووافية؛ فقد منعت المادة (9) من قانون حماية المستهلك العراقي انتاج، أو بيع، أو عرض أو الإعلان عن... أيّ سلع لم يدون على أغلفتها أو عليها، وبصورة واضحة المكونات الكاملة لها أو التحذيرات، وأوجبت المادة (4) من قانون حماية المستهلك اللبناني، بصورة إيجابية على المهني ان يزود المستهلك بمعلومات صحيحة، ووافية، وواضحة، تتناول المخاطر التي قد تظهر عند الاستعمال.

ثالثاً: يجب أن يكون التحذير واضحاً:

يقصد بهذا الشرط أنْ يقوم المهني المنتج بصياغة عبارات التحذير بصورة سهلة وواضحة ميسورة الفهم خالية من كل تعقيد، بحيث تُمكن المستهلك من سهولة الإلمام بمخطر السلعة، ووسائل الوقاية منها ومن ثم لا يجوز لهذا الأخير أنْ يستخدم في الإعلام أو التحذير عبارات غير مفهومة؛ لأنَّ التحذير الواضح والمفهوم يعدُّ واجبا مفروضاً عليه بحكم القانون، وهذا ما أكدته المادة (9) من قانون حماية المستهلك العراقي، إذ نصت على أنَّهُ :" يحظر على المجهز والمعلن ما يأتي :"انتاج ، أو بيع ، أو عرض أو الإعلان عن... أي سلع لم يدون على أغلفتها أو عليها وبصورة واضحة المكونات الكاملة لها أو التحذيرات (ان وجدت)،وكذلك أكدت المادة (37) من قانون حماية المستهلك اللبناني ذات المبدأ، أذ نصت على أنَّهُ : "

يتوجب على كل مصنع أو محترف أن يبين للمستهلك خطياً، وبوضوح الطريقة الفضلى لاستعمال السلعة أو الخدمة، وعليه أن ينبه إلى المخاطر التي قد تلحق بالمستهلك في حال جرى استعمالها بشكل مخالف".

رابعاً: يجب أن يكون التحذير بارزاً ومثبتاً:

يقصد بهذا الشرط أنْ يقوم المهني المنتج بكتابة التحذير بصورة تجذب انتباه المستهلك على الفور بحيث يصطدم بنظره ويلفت انتباهه منذ اللحظة الأولى لرؤيته السلعة الخطرة، وعلى ذلك يجب على المهني أنْ يميز بين المعلومات التحذيرية والمعلومات الأخرى التي لا تشير إلى مخاطر السلعة؛ وذلك من خلال استعماله في طباعة التحذير ألواناً مختلفة عن ألوان البيانات الأخرى، أو أنْ يكتب عبارات التحذير بخط مختلف وبحجم أكبر؛ وللمنتج الحرية المطلقة في هذا الأمر، حيث إنَّ المهم أنْ يظهر التحذير ويصطدم بأول نظرة من قبل المستهلك، وكذلك يجب كتابة التحذير بصورة مندمجة مع السلعة الخطرة، بحيث لا ينفك عنها أبداً، كأنْ يكون مدوناً على السلعة ذاتها أو على غلافها، وذلك حتى يصل التحذير إلى المستهلك قبل استعمال السلعة علماً أنَّ هذه الأحكام قد أشارت إليها المادة (9) من قانون حماية المستهلك العراقي والمادة (37) من قانون حماية المستهلك اللبناني الآنفة الذكر.

يُلاحظ في هذا الصدد أنَّ أهمية هذا الالتزام تظهر – بصورة فائقة في الأحوال التي يتم فيها تداول السلعة، حيث أنَّ المستهلك لا تكون له دراية بمكونات السلعة وخصائصها، فمثلاً قد يتناول المستهلك الدواء مع دواء آخر فيتفاعلان، فيُسبب له هذا الأمر أضراراً جسيمة أو قد يكون في هذا الدواء موانع استخدام، كأنْ يكون مُستخدم الدواء امرأة حامل، ولا يجوز استخدامها مستحضراً معيناً لتأثيره في الجنين كأنْ يؤدي إلى تشوهات خَلْقية، أو يؤدي إلى إجهاضها[41]، ومن ذلك من الأمور التي قد تحصل بسبب سوء الاستعمال؛ فلذلك لا نبالغ إذا قلنا إنَّ أقل خطأ من المستهلك في استعمال بعض السلع قد يُصيبه في حياته أو صحته، وهو ما يبرز بقوة أهمية الالتزام بأنْ يكون مكتوباً واضحاً ووافياً وبازاً ومثبتاً ليتم استعمال السلعة استعمالاً صحيحاً، ولذا يجب على المهني سواء كان منتجاً أم بائعاً أن يُبين للمستهلك المعلومات كافة المتعلقة بالطريقة السليمة لاستعمال السلعة من ناحية بيان كيفية استعمالها ووقتها، والكميَّة الواجب استخدامها، وكذلك تاريخ انتهاء صلاحيته؛ وذلك لكي يُحقق الأخير الفائدة المرجوة والمتوقعة من شراء هذه السلعة، وحتى يتجنَّب الآثار السلبية التي يمكن أنْ تصيبه في حال استُخدم السلعة بصورة خاطئة.

نستخلص مما ذكر أعلاه: أنَّ الالتزام بتقديم إعلاماً وتحذيرا دقيقا وشاملا في مجال المنتجات الخطرة يحمل فوائد عديدة ويؤثر بشكل كبير على الوعي القانوني للأفراد مستهلكي هذه المنتجات، ومن أبرز هذه الفوائد، والتي يمكن إجمالها في الآتي :

1. حماية صحة المستهلكين، فيساعد التحذير على تقليل المخاطر الصحية المرتبطة بتناول السلع الخطرة، ويحمي المستهلكين من الآثار الجانبية أو التفاعلات الضارة.
2. تمكين المستهلكين، فيوفر التحذير المعلومات اللازمة للمستهلكين لاتخاذ قرارات مدركة حول استخدام السلع والتفاعل بأمان مع السلع الأخرى.
3. تعزيز الثقة بالمنتجات الصناعية، فالالتزام بتوفير تحذيرات دقيقة يزيد من الثقة بين المستهلكين والشركات المصنعة للسلع الخطرة، ويقلل من المخاوف المتعلقة بالأمان والفعالية.
4. تقليل المسؤولية القانونية: فمن خلال تقديم تحذيرات واضحة وشاملة، فيمكن للشركات تقليل المسؤولية القانونية المحتملة في حال حدوث مشكلات أو أضرار نتيجة لاستخدام المنتج.
5. تعزيز الوعي القانوني: فيساهم التحذير في زيادة الوعي القانوني للمستهلكين حيال حقوقهم وواجباتهم المتعلقة باستخدام المنتجات الخطرة والمسائل المتعلقة بالصحة والسلامة.
6. تقوية السوق والتنافسية، فالالتزام بتوفير تحذيرات شفافة ودقيقة يعزز من التنافسية في السوق ويقوي الثقة بين الشركات المصنعة والمستهلكين بشكل عام، إذ يعمل الالتزام بتقديم تحذيرات فعّالة في مجال المنتجات الخطرة على بناء مجتمع أكثر وعيًا ومسؤولية، ويعزز الحقوق والحريات القانونية للأفراد في مجال الرعاية الصحية.

الخاتمـــــــة

Conclusion

بعد الانتهاء من البحث الموسوم بـ:((أثر الالتزام بالإعلام والتحذير في تدعيم الوعي القانوني لمُستهلكي المنتجات الخطرة))، إذ توصل الباحثان إلى جملة من النتائج والمقترحات يمكن إجمالها على النحو الآتي:

أولاً: النتائج:

First: Results

1. يتوجب وللضرورة الالتزام بالتحذير والإعلام عن المنتجات الخطرة اثناء التعاقد لتدعيم وزيادة الوعي القانوني لمستهلكي هذه المنتجات وبالمرحلتين السابقة واللاحقة للتعاقد لما ينصب في بيان أمور مهمة من شأنها قبول العقد وصحته، أو رفض التعاقد وبطلانه، إذ هو يهدف إلى تنوير إرضاء المستهلك وحُسن استعماله للمنتج الخطر، وضمان سلامته بحيث لا يقتصر مضمونه فقط على بيان أوجه الاستعمال الصحيح للشيء محل التداول والتحذير من مخاطره، وإنَّما يشمل بالإضافة إلى ذلك بيان الخصائص الجوهرية لهذا الشيء، والتي من شأن الوفاء بها التأثير في تصرف المستهلك

وقراره في الموافقة على التعاقد، وإبرامه من عدمه، فإذن هو التزام يُفرَض قبل العقد من أجل تنوير إرضاء المستهلك عبر إعطاء الصفات الجوهرية للشيء محل التداول حتَّى يُقدم على إبرام العقد ورضاؤه كامل التنوير، ويُفرَض أثناء تنفيذه من أجل حُسن استعمال هذا الشيء وضمان سلامة هذا المستهلك أيضاً، حتى يتمكن من الانتفاع به على الوجه الأكمل ويتجنَّب أخطاره المرتبطة بحفظه أو استعماله لاسيما بعد شرائه وقبول التعاقد وبتحقق هذا تأتي أهمية الالتزام بهذا الأثر من قبل البائع والمورد المهني لهذه المنتجات الخطرة التي تستوجب هذا الالتزام في مواجهة المستهلك.

2. إنَّ طبيعة الالتزام بالإعلام والتحذير في المنتجات الخطرة يقع وسط بين الالتزام بالإعلام أو التحذير التزاماً بتحقيق نتيجة من حيث توصيل البيانات التحذيرية للمستهلك من جهة، وبين الالتزام ببذل عناية من حيث فهم المستهلك وتفاعله مع البيانات التحذيرية من جهة أخرى فهو التزام أقوى من الالتزام ببذل عناية، وأخف من الالتزام بتحقيق نتيجة، وبسبب هذه الازدواجية يحتم على أنْ نعدَّهُ التزاما ذات طبيعة خاصة بين الالتزام بتحقيق نتيجة وبين الالتزام ببذل عناية لما يحقق ذلك بأنْ يكون للإعلام أو للتحذير أثر في حماية المستهلك من الأضرار التي يمكن أنْ تصيبه في نفسه أو أمواله من جراء استخدامه.

3. لا شك أنَّ للقوانين والأنظمة واللوائح النافذة والفعالة تأثيرا وإسهاما كبيرين في تدعيم الوعي القانوني للمستهلكين من المنتجات الخطرة، وهذا ما نلحظه مفتقر في العراق ومحدوداً نتيجة لنقص التوجه القانوني والتثقيفي، والافتقار أيضاً لتطبيق القانون لتنظيم الإعلان عن المنتجات الخطرة وضمان توفير معلومات دقيقة للمستهلكين أسوةً بقوانين بقية الدول كفرنسا ومصر ولبنان محل المقارنة في بحثنا هذا.

4. أنَّ الالتزام بالإعلام والتحذير من المنتجات الخطرة للمستهلكين يقيهم ويخلصهم من عدة أمور بعد اتباع الطرق التي تبين المخاطر المرتبطة بهذا الاستعمال، والتي قد ينجم عن سوء استعمالها أو حفظها لهذا الشيء، وفضلا على ضرورة التوضيح في الوقت نفسه باتباع أمور واحتياطات أخرى أيضاً، إذ توقي من هذه المخاطر مع بيان الأضرار التي يمكن أنْ تحصل في حال عدم اتباع التحذيرات، ويتوجب أنْ تكون كل هذه مكتوبة ووفية ومفهومة وبارزة ومثبت على المنتجات، ويأتي ذلك منسجم لتدعيم وتعزيز الوعي القانوني للمستهلكين فقد يساهم الإعلان والتحذير في زيادة الوعي القانوني للمستهلكين حيال حقوقهم وواجباتهم المتعلقة باستخدام المنتجات الخطرة والمسائل

المتعلقة بالصحة والسلامة واضافةً لتجنب قيام المسؤولية القانونية أو على الاقل تقدير التخفيف منها، وأخيراً لتعزيز الثقة بالمنتوجات الصناعية ومورديها.

ثانياً: المقترحات:

Second: Suggestions

1. تكثيف جهود التثقيف والتوعية القانونية بين المستهلكين لرفع مستوى الوعي حول حقوقهم وكيفية الحماية من المنتجات الخطرة ويأتي ذلك بتطوير القوانين لتشمل متطلبات صارمة للإعلان أو التحذير عن المنتجات الخطرة مع فرض عقوبات أكثر حدية وقوة على المخالفين.
2. تعزيز مهام الرقابة لمراجعة الإعلانات للمنتجات الخطرة في العراق لتطبيق القانون، ويكون ذلك عن طريق تحسين التعاون بين الحكومة بسلطاتها المحلية، وكذلك المؤسسات القانونية الدولية لتبادل الخبرات والمعرفة في مجال الإعلانات، وهذا ما يؤمن الجميع ويحميهم من الممارسات غير القانونية والضارة.
3. نهيب بالمشرع العراقي إذا ما قرر تعديل قانون حماية المستهلك النافذ أنْ يضيف نصّاً إلى هذا القانون يشير به إلى ضرورة إلزام الممتهن بأنْ يبين للمستهلك خصائص الشيء محل التداول قبل إبرام العقد، ولكي يتسنى للأخير معرفتها حتى يُقدم على التعاقد وإرضائه كامل التنوير، ونقترح أنْ يُصاغ النصّ على النحو الآتي:" يتوجب على الممتهن قبل إبرام العقد أنْ يبيّن للمستهلك بصورة صحيحة ووافية وواضحة البيانات الجوهرية والأساسية للسلعة محل التعاقد، وكيفية استعمالها في ما إذا كانت معقدة، ومخاطر هذا الاستعمال؛ وذلك لكي يتسنى للأخير اتِّخاذ قراره بالتعاقد من عدمه".

الهـــوامـــش

Endnotes

(1) د. منى أبو بكر الصديق، الالتزام بإعلام المستهلك عن المنتجات، (الإسكندرية – مصر: دار الجامعة الجديدة، 2013، ص54.

(2) قرار رقم (229) صادر عن القاضي المنفرد في بيروت الناظر في الدعاوى المالية بتاريخ 2011/6/30؛ منشور في مجلة العدل الصادرة عن نقابة المحامين في بيروت، العدد الثاني، بيروت، 2012، ص1021.

(3) في هذا الصدد يقول د.مُحَمَّد حسن قاسم: بأنَّ الالتزام بالتحذير يفرض قبل التعاقد (وبذلك يكون أحد عناصر الالتزام قبل التعاقدي بالإعلام) من أجل مواجهة التفاوت المعرفي بين المتعاقدين، بهدف تنوير رضا من لا يعلم منهما بالمعلومات المتعلقة بالعقد، ويخلص إلى القول بأنَّ الالتزام بالإعلام هو التزام يتسع ليشمل عناصر ثلاثة، هي الالتزام بالإدلاء بالبيانات، والالتزام بالتحذير والالتزام بالنصح؛ د. مُحَمَّد حسن قاسم، الوسيط في عقد البيع في ضوء

التوجيهات القضائية والتشريعية الحديثة، وتشريعات حماية المستهلك، الإسكندرية – مصر: دار الجامعة الجديدة، 2011، ص87.

(4) د. نزيه مُحَمَّد الصادق المهدي، الالتزام قبل التعاقدي بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد وتطبيقاته على بعض أنواع العقود، (القاهرة – مصر: دار النهضة العربية، 1990 ص148 وما يليها).

(5) قرار رقم (3) صادر عن محكمة الاستئناف المدنية في بيروت، الغرفة الحادية عشر الناظرة في الدعاوى النقابية بتاريخ 2012/2/13؛ منشور في مجلة العدل الصادرة عن نقابة المحامين في بيروت، العدد الثاني، بيروت، (2012)، ص870 .

(6) د. أكرم مُحَمَّد حسين التميمي، التنظيم القانوني للمهني (بيروت ـ لبنان : منشورات الحلبي الحقوقية 2010، ص112).

(7) د. علي سيد حسن ، الالتزام بالسلامة في عقد البيع ، (القاهرة ـ مصر :دار النهضة العربية ،1954،ص108 وما يليها .

(8) د. حسام الدين كامل الأهواني، عقد البيع، (الكويت: السلاسل للطباعة والنشر، 1989، ص477)؛ د. عزة محمود أحمد خليل، مشكلات المسؤولية في مواجهة فايروس الحاسوب، (القاهرة – مصر: جامعة القاهرة، 1994، ص155).

(9) د. محمود عادل محمود، الالتزام بالتحذير في مجال تداول المنتجات الخطرة ، (بيروت ـ لبنان : منشورات الحلبي الحقوقية ،2016 ص38 وما يليها).

(10) د. أماني رحيم أحمد، حماية المستهلك في نطاق العقد، (بيروت – لبنان: شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، 2010، ص73)؛ د. موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الالكترونية، (بيروت – لبنان: منشورات زين الحقوقية، 2011، ص350 وما يليها).

(11) د. منى أبو بكر الصديق، المرجع السابق، ص90 .

(12) المادة (6) من قانون حماية المستهلك العراقي رقم (1) لسنة 2010 النافذ.

(13) الفقرة (2) من المادة (2) من قانون حماية المستهلك المصري رقم (181) لسنة 2018 النافذ.

(14) نصَّت المادة (1) الفقرة (6) من قانون حماية المستهلك العراقي رقم (1) لسنة 2010 النافذ؛ بأنه يقصد بالمجهز: كل شخص طبيعي، أو معنوي منتج، أو مستورد، أو هو مصدر، أو موزع، أو بائع سلعة، أو مقدم خدمة، سواء أكان أصيلاً أو وسيطاً أم وكيلاً

(15) المادة (9) من قانون حماية المستهلك العراقي رقم (1) لسنة 2010 النافذ.

(16) د. سلام عبد الزهرة الفتلاوي، نظرات في قانون حماية المستهلك العراقي، المرجع السابق، ص94 0

(17) د. محمود عادل محمود، المرجع السابق، ص26.

(18) الفقرة (2) من المادة (2) من قانون حماية المستهلك المصري رقم (181) لسنة 2018 النافذ.

(19) المادة (4) من قانون حماية المستهلك المصري رقم (118) لسنة 2018 النافذ.

(20) المواد (6 و7و9) من قانون حماية المستهلك المصري رقم (118) لسنة 2018 النافذ.

(21) المادة (3) من قانون حماية المستهلك اللبناني رقم (659) لسنة 2005 النافذ.

(22) المادة (7) من قانون حماية المستهلك اللبناني رقم (659) لسنة 2005 النافذ.

(23) المادة (36) من قانون حماية المستهلك اللبناني رقم (659) لسنة 2005 النافذ.

(24) د. محمود عادل محمود، المرجع السابق، ص27 .

(25) Code de la consommation Français (Article 111/1): « Tout professionnel vendeur de biens doit, avant la conclusion du contrat, mettre le consommateur en mesure de connaître les caractéristiques essentielles du bien ».

(26) Code de la consommation Français (Article 111/2): « Le fabricant ou l'importateur de biens meubles doit informer le vendeur professionnel de la période pendant laquelle les pièces indispensables à l'utilisation des biens seront disponibles sur le marché. Cette information est obligatoirement délivrée au consommateur par le vendeur, avant la conclusion du contrat ».

(27) د. عبد الحميد الدمياطي عبد الحميد، حماية المستهلك في ضوء القواعد القانونية لمسؤولية المنتج ، (المنصورة ـ مصر: دار الفكر والقانون 2010 ص201) .

(28) د.عبد الجبار الملا صالح، مبدأ حُسن النية في تنفيذ العقود، ط1، (بغداد – العراق: مطبعة اليرموك، 1972، ص309)؛ د. محمود جمال الدين زكي، مشكلات المسؤولية المدنية، ج1، (القاهرة – مصر: مطبعة جامعة القاهرة، 1978، ص449)؛ د. أحمد عبد التواب مُحَمَّد، الالتزام بالنصيحة في نطاق التشييد، (القاهرة – مصر: دار النهضة العربية، 1997، ص155)؛ د. أمل كاظم سعود، الالتزام بالتعاون في العقود، أطروحة دكتوراه، (العراق – بغداد: جامعة النهرين، كلية الحقوق، 2007، ص57).

(29) المادة (150) من القانون المدني العراقي رقم (40) لسنة 1951 النافذ.

(30) المادة (221) من قانون الموجبات والعقود اللبناني رقم (51) لسنة 1932.

(31) د. أمل كاظم سعود، المرجع السابق، ص57.

(32) قرار رقم (148) صادر عن القاضي المنفرد المدني في بيروت الناظر في الدعاوى الادارية بتاريخ 2006/2/23؛ منشور في مجلة العدل الصادرة عن نقابة المحامين في بيروت، العدد الأوَّل، (2007)، ص378

(33) د. عبد المنعم موسى إبراهيم، حُسن النيَّة في تنفيذ العقود، (بيروت – لبنان: منشورات زين الحقوقية، 2006، ص160)؛ د. سلام عبد الزهرة الفتلاوي، نطاق العقد، أطروحة دكتوراه، (بغداد – العراق: جامعة بغداد، كلية القانون، 2006، ص171 وما يليها).

(34) قرار رقم (16122–81) صادر عن الغرفة المدنية الأولى لدى محكمة التمييز الفرنسية بتاريخ 1982/12/14؛ منشور على الموقع الالكتروني الخاص بالحكومة الفرنسية:

https://www.legifrance.gouv.fr/affichJuriJudi.do?، تاريخ الزيارة: 2024/3/30.

(35) Code Civil Français (Article 1135): « Les conventions obligent non seulement à ce qui y est exprimé, mais encore à toutes les suites que l'équité, l'usage ou la loi donnent à l'obligation d'après sa nature ».

(36) نص المادة (1135) من القانون المدني الفرنسي باللغة العربية، المرجع السابق، ص1072 .

(37) د. محمود عادل محمود ، المرجع السابق ، ص80.

(38) د. عبد المنعم موسى إبراهيم ، المرجع السابق ، ص376.

(39) د. محمد احمد المعداوي ، المسؤولية المدنية عن أفعال المنتجات الخطرة (الإسكندرية ، مصر: منشورات دار الجامعة الجديدة ، 2012، ص222) .

(40) د. منى أبو بكر الصديق ، المرجع السابق ، ص67 .

(41) د. محمود عادل محمود ، المرجع السابق ، ص102.

(42) د. محمود عبد ربه القبلاوي، المسؤولية الجنائية للصيدلي (الإسكندرية ، مصر :دار الفكر الجامعي ، 2010، ص31).

المصادر

القرآن الكريم:

أولاً: مصادر الكتب القانونية:

I. أحمد عبد التواب محمد، الالتزام بالنصيحة في نطاق التشييد، القاهرة، دار النهضة العربية 1997م.

II. أكرم محمد حسين التميمي، التنظيم القانوني للمهني، بيروت، منشورات الحلبي الحقوقية 2010م.

III. أماني رحيم أحمد، حماية المستهلك في نطاق العقد، بيروت، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر 2010.

IV. حسام الدين كامل الأهواني، عقد البيع، الكويت: السلاسل للطباعة والنشر، 1989م.

V. عبد الجبار الملا صالح، مبدأ حُسن النية في تنفيذ العقود، ط1، (بغداد مطبعة اليرموك، 1972م

VI. عبد الحميد الدمياطي عبد الحميد، حماية المستهلك في ضوء القواعد القانونية لمسؤولية المنتج (المنصورة ـ مصر : دار الفكر والقانون، 2010م.

VII. عبد المنعم موسى إبراهيم، حُسن النيَّة في تنفيذ العقود، بيروت، منشورات زين الحقوقية، 2006م.

VIII. عزة محمود أحمد خليل، مشكلات المسؤولية في مواجهة فايروس الحاسوب،(القاهرة، جامعة القاهرة 1994م.

IX. علي سيد حسن ، الالتزام بالسلامة في عقد البيع، القاهرة ـ دار النهضة العربية ،1995م.

X. مُحَمَّد أحمد المعداوي، المسؤولية المدنية عن أفعال المنتجات الخطرة، الإسكندرية ، منشورات دار الجامعة الجديدة ، 2012م.

XI. مُحَمَّد حسن قاسم، الوسيط في عقد البيع في ضوء التوجيهات القضائية والتشريعية الحديثة وتشريعات حماية المستهلك، الإسكندرية، دار الجامعة الجديدة، 2011م.

XII. محمود جمال الدين زكي، مشكلات المسؤولية المدنية،ج1،القاهرة، مطبعة جامعة القاهرة، 1978م.

XIII. محمود عادل محمود، الالتزام بالتحذير في مجال تداول المنتجات الخطرة ، بيروت، منشورات الحلبي الحقوقية ،2016م.

XIV. محمود عبد ربه القبلاوي، المسؤولية الجنائية للصيدلي، الإسكندرية ، دار الفكر الجامعي، 2010م.

XV. منى أبو بكر الصديق، الالتزام بإعلام المستهلك عن المنتجات، (الإسكندرية، دار الجامعة الجديدة 2013م.

XVI. موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الالكترونية، (بيروت، منشورات زين الحقوقية، 2011م.

XVII. نزيه مُحَمَّد الصادق المهدي، الالتزام قبل التعاقدي بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد وتطبيقاته على بعض أنواع العقود، القاهرة، دار النهضة العربية، 1990م.

ثانياً: الرسائل والأطاريح العلمية:

I. أمل كاظم سعود، الالتزام بالتعاون في العقود، أطروحة دكتوراه،(بغداد، جامعة النهرين، كلية الحقوق، 2007م.

II. سلام عبد الزهرة الفتلاوي، نطاق العقد، أطروحة دكتوراه، (بغداد، جامعة بغداد، كلية القانون 2006م.

ثالثاً: القرارات والأحكام:

I. قرار رقم (229) صادر عن القاضي المنفرد في بيروت الناظر في الدعاوى المالية بتاريخ 2011/6/30؛ منشور في مجلة العدل الصادرة عن نقابة المحامين في بيروت، العدد الثاني، بيروت، 2012.

II. قرار رقم (3) صادر عن محكمة الاستئناف المدنية في بيروت، الغرفة الحادية عشر الناظرة في الدعاوى النقابية بتاريخ 2012/2/13؛ منشور في مجلة العدل الصادرة عن نقابة المحامين في بيروت، العدد الثاني، بيروت، (2012).

III. قرار رقم (16122–81) صادر عن الغرفة المدنية الأولى لدى محكمة التمييز الفرنسية بتاريخ 1982/12/14.

IV. قرار رقم (148) صادر عن القاضي المنفرد المدني في بيروت الناظر في الدعاوى الادارية بتاريخ 2006/2/23؛ منشور في مجلة العدل الصادرة عن نقابة المحامين في بيروت، العدد الأوَّل، (2007).

رابعاً: القوانين والتشريعات:

I. القانون المدني العراقي رقم (40) لسنة 1951.

II. قانون الموجبات والعقود اللبناني لسنة 2016.

III. قانون الالتزامات الفرنسي لسنة 2016 المعدل.

IV. القانون المدني المصري رقم 131 لسنة 1948.

V. قانون حماية المستهلك العراقي رقم (1) لسنة 2010 النافذ.

VI. قانون حماية المستهلك المصري رقم (181) لسنة 2018 النافذ.

VII. قانون حماية المستهلك اللبناني رقم (659) لسنة 2005 النافذ.

خامساً: المراجع الأجنبية:

I. Code Civil Français (Article 1135): « Les conventions obligent non seulement à ce qui y est exprimé, mais encore à toutes les suites que l'équité, l'usage ou la loi donnent à l'obligation d'après sa nature ».

II. Code de la consommation Français (Article 111/1): « Tout professionnel vendeur de biens doit, avant la conclusion du contrat, mettre le consommateur en mesure de connaître les caractéristiques essentielles du bien ».

III. Code de la consommation Français (Article 111/2): « Le fabricant ou l'importateur de biens meubles doit informer le vendeur professionnel de la période pendant laquelle les pièces indispensables à l'utilisation des biens seront disponibles sur le marché. Cette information est obligatoirement délivrée au consommateur par le vendeur, avant la conclusion du contrat ».

References

The Holy Quran

First: Sources of Legal Books:

I. Ahmed Abdel Tawab Mohamed, Commitment to Advice in the Scope of Construction, (Cairo - Egypt: Dar Al Nahda Al Arabiya, 1997.

II. Akram Mohamed Hussein Al Tamimi, Legal Organization of the Professional (Beirut - Lebanon: Al Halabi Legal Publications 2010.

III. Amani Rahim Ahmed, Consumer Protection in the Scope of Contract, (Beirut - Lebanon: Al Matbouat Company for Distribution and Publishing, 2010.

IV. Amal Kazem Saud, Commitment to Cooperation in Contracts, PhD Thesis, (Iraq - Baghdad: Al Nahrain University, College of Law, 2007.
V. Hussam Al Din Kamel Al Ahwani, Sales Contract, (Kuwait: Al Salasil for Printing and Publishing, 1989.
VI. Abdul Jabbar Al Mulla Saleh, The Principle of Good Faith in the Implementation of Contracts, 1st ed., (Baghdad - Iraq: Al Yarmouk Press, 1972.
VII. Abdul Hamid Al Damiati Abdul Hamid, Consumer Protection in Light of Legal Rules of Product Liability, (Mansoura - Egypt: Dar Al Fikr Wal Qanun 2010.
VIII. Abdel Moneim Moussa Ibrahim, Good Faith in the Implementation of Contracts, (Beirut - Lebanon: Zain Legal Publications, 2006.
IX. Ezzat Mahmoud Ahmed Khalil, Problems of Liability in Confronting Computer Virus, (Cairo - Egypt: Cairo University, 1994.
X. Ali Sayed Hassan, Commitment to Safety in the Sales Contract, (Cairo - Egypt: Dar Al Nahda Al Arabiya, 195.
XI. Mohamed Ahmed El-Madaawy, Civil Liability for the Actions of Dangerous Products (Alexandria, Egypt: Dar El-Gamia El-Gedida Publications, 2012.
XII. Mohamed Hassan Qasim, The Mediator in the Contract of Sale in Light of Modern Judicial and Legislative Directives, and Consumer Protection Legislation, Alexandria - Egypt: Dar El-Gamia El-Gedida, 2011.
XIII. Mahmoud Gamal El-Din Zaki, Problems of Civil Liability, Part 1, (Cairo - Egypt: Cairo University Press, 1978.
XIV. Mahmoud Adel Mahmoud, Obligation to Warning in the Field of Trading Dangerous Products, (Beirut - Lebanon: Al-Halabi Legal Publications, 2016.
XV. Mahmoud Abdel Rabbo El-Qeblawy, Criminal Liability of the Pharmacist (Alexandria, Egypt: Dar El-Fikr El-Gamia, 2010.
XVI. Mona Abu Bakr El-Siddiq, Obligation to Inform the Consumer about Products, (Alexandria - Egypt: Dar El-Gamia El-Gedida, 2013.
XVII. Muwaffaq Hammad Abdel, Civil Protection of the Consumer in Electronic Commerce Contracts, (Beirut - Lebanon: Zain Publications Legal, 2011.
XVIII. Nazih Muhammad Al-Sadiq Al-Mahdi, Pre-Contractual Obligation to Provide Data Related to the Contract and Its Applications to Some Types of Contracts, (Cairo - Egypt: Dar Al-Nahda Al-Arabiya, 1990.

Second: Scientific Thesis:

I. Salam Abdul Zahra Al-Fatlawi, The scope of the contract, PhD thesis, (Baghdad - Iraq: University of Baghdad, College of Law, 2006.

Third: Decisions and Judgments:

I. Decision No. (229) issued by the sole judge in Beirut examining financial cases on 6/30/2011; published in the Justice Magazine issued by the Beirut Bar Association, Issue Two, Beirut, 2012.
II. Decision No. (3) issued by the Civil Court of Appeal in Beirut, the Eleventh Chamber examining union cases on 2/13/2012; published in the Justice Magazine issued by the Beirut Bar Association, Issue Two, Beirut, (2012).
III. Decision No. (16122-81) issued by the First Civil Chamber of the French Court of Cassation on 12/14/1982.

IV. Decision No. (148) issued by the sole civil judge in Beirut examining administrative cases on 23/2/2006; Published in the Justice Magazine issued by the Beirut Bar Association, Issue No. 1, (2007).

Fourth: Laws and Legislation:

I. Iraqi Civil Law No. (40) of 1951.
II. Lebanese Obligations and Contracts Law of 2016.
III. French Obligations Law of 2016 as amended.
IV. Egyptian Civil Law No. 131 of 1948.
V. Iraqi Consumer Protection Law No. (1) of 2010 in force.
VI. Egyptian Consumer Protection Law No. (181) of 2018 in force.
VII. Lebanese Consumer Protection Law No. (659) of 2005 in force.

CC BY