

المسؤولية المدنية لمشاهير التواصل الاجتماعي فيما ينشروه من اشاعات وإعلانات مضلله

إعداد

محمد محمود العبدالات

إشراف

الدكتور محمد القيسي

المخلص

هدفت الدراسة إلى الكشف عن المسؤولية المدنية لمشاهير التواصل الاجتماعي فيما ينشروه من اشاعات وإعلانات مضللة، حيث تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي ، وتم تناول الدراسة من خلال مقدمة وثلاثة فصول تناول الفصل الثاني دور مواقع التواصل الاجتماعي في الإعلانات المضللة، من خلال المبحث الأول: دور مواقع التواصل الاجتماعي في الإعلانات، والمبحث الثاني: مفهوم المشاهير والإعلانات المضللة وتناول الفصل الثالث الطبيعة القانونية للعلاقة بين المشهور والجهة المعلنه، من خلال المبحث الأول: ماهية الوكيل الالكتروني ومسؤوليته والمبحث الثاني: نطاق عمل الوكيل الإلكتروني أما الفصل الرابع فتناول أساس المسؤولية المدنية للمشهور تجاه الإعلان المضلل من خلال المبحث الأول: المسؤولية العقدية والمبحث الثاني: المسؤولية التقصيرية، وقد انتهت الدراسة إلى أنه ظهر الاهتمام بالوكيل الالكتروني في ابرام الصفقات والعقود لمصلحة مستخدم البرنامج وهو ملتزم بالعمل في حدود وكالته، كما لا يجوز للموكل أن يتصل مما يقوم به الوكيل الالكتروني من عمل توصي الدراسة بإصدار نصوص مواد تضاف للقوانين الاردنية المتخصصة تتناول التعامل مع الوكيل الالكتروني، وبيان مسؤوليته عن عمليات التعاقد.

**كلمات مفتاحية:** المسؤولية المدنية، مشاهير التواصل الاجتماعي، اشاعات ، إعلانات مضللة.

# **Civil Liability for Social Media Celebrities Regarding the Rumors and Misleading Advertisements They Spread**

**Prepared by**

**Mohammad Mahmoud Al-Abdallah**

**Supervisor by**

**Dr. Mohammad Al-Qaisi**

## **Abstract**

The study aimed to reveal the civil responsibility of social media celebrities for the rumors and misleading advertisements they spread. The descriptive analytical approach and the comparative approach were used. The study was dealt with through an introduction and three chapters. The second chapter dealt with the role of social media sites in misleading advertisements, through the first section: the role Social networking sites in advertisements, and the second section: The concept of celebrities and misleading advertisements. The third chapter dealt with the legal nature of the relationship between the celebrity and the advertising party, through the first section: The nature of the electronic agent and his responsibility. The second section: The scope of the electronic agent's work. The fourth chapter dealt with the basis of the civil liability of the celebrity towards the advertisement. Misleading through the first section: contractual liability and the second section: tort liability. The study concluded that there has been interest in the electronic agent in concluding agreements and contracts for the benefit of the user of the program, and he is committed to working within the limits of his agency. Likewise, the principal may not renounce the work that the electronic agent performs. The study recommends issuing

articles to be added to the specialized Jordanian laws dealing with dealing with the electronic agent, and clarifying his responsibility for contracting processes.

**Keywords: civil liability, social media celebrities, misleading rumors and advertisements.**