**Abstrakt PL**

 Ochrona Konsumentów staje się wysoce ważnym tematem do dyskusji dla wielu badaczy na poziomie społecznym, ekonomicznym i prawnym. Niniejsza praca dotyczy ochrony konsumenta przed aktami komercyjnymi, jakimi są ogłoszenia komercyjne. Praca zawiera porównanie oraz analizę prawa irackiego, praw arabskich i Szariatu (uważanego za drugorzędne źródło prawa w większości prawa arabskiego) z prawem w Stanach Zjednoczonych Ameryki, Kanadzie, Australii oraz niektórych krajach Unii Europejskiej. Niniejsze studium zaczyna się ustaleniem związku między ochroną konsumentów a ogłoszeniami komercyjnymi, następnie przechodzi do identyfikacji i analizy zachodzących powiązań pomiędzy dwoma powyższymi podmiotami oraz stwierdzenia, w jaki sposób na siebie nawzajem oddziaływują.

 Praca ma na celu zapewnienie ochrony prawnej konsumentów przed oszustwami, informacjami wprowadzającymi w błąd, zakłamaniem informacji, czy dezinformacją. Dlatego też, autor kładzie ogromny nacisk na identyfikację oraz analizę sytuacji, w których ogłoszenia komercyjne mają na celu wprowadzenie konsumenta w błąd. W studium została zgromadzona, skontrolowana, oraz przeanalizowana zróżnicowana terminologia prawna, taka jak oszustwo, wprowadzanie w błąd, kłamstwo, oszustwo na szczeblu gospodarczym, brak informacji, dezinformacja, dwuznaczność, nadmierne wyolbrzymianie, czy krzywdzące porównanie w ogłoszeniach komercyjnych. Jeżeli którakolwiek definicja z powyższych ma zastosowanie w jakimkolwiek ogłoszeniu komercyjnym, od podmiotów odpowiedzialnych za takowe ogłoszenie wymaga się, aby wynagrodziły straty poszkodowanemu konsumentowi, jak też mogą spodziewać się, iż będą podjęte inne kroki prawne w tej kwestii z racji wprowadzenia konsumenta w błąd, naruszenia zasady wzajemnego zaufania w transakcjach komercjalnych, naruszenia zasady uczciwej konkurencji pomiędzy podmiotami prowadzącymi działalność gospodarczą, oraz powstania prawa do roszczenia pretensji do odszkodowania przez poszkodowany podmiot.

 Niniejsza praca identyfikuje sytuacje, w jakich występują kłamstwa oraz oszustwa w ogłoszeniach komercjalnych. Recenzuje również teoretyczne i praktyczne obrazy wprowadzania w błąd i oszustw w ogłoszeniach komercjalnych. W studium załączone są przykłady spraw i wyroków sądowych z wyszczególnieniem sposobów prawnych na radzenie sobie i redukowanie wprowadzania w błąd oraz oszustw w ogłoszeniach komercyjnych. Wyszczególnia się w nim również już istniejące drogi prawne, które autor niniejszej pracy uważa za dostępne dla poszkodowanego konsumenta do roszczenia pretensji do odszkodowania za poniesioną stratę poprzez wniesienie sprawy do sądu przeciw podmiotowi odpowiedzialnemu za ogłoszenie, podmiotowi prowadzącemu działalność gospodarczą, czy producentowi.