

Disclosure in Informational Accommodation Contracts, Virtual Store and Electronic Advertising

Imad Khalaf Madloul*, Deraa Hammad Abid
College of Law, University of Fallujah, Fallujah, Iraq

* 1302201120@uofallujah.edu.iq

KEYWORDS: Commitment To Disclose, Electronic Service Contracts, Informational Accommodation Contracts, Virtual Store, Electronic Advertising.



<https://doi.org/10.51345/v34i1.600.g335>

ABSTRACT:

The emergence of electronic networks and their use in the provision of services to people and their communication led to the diversity of electronic service contracts, so new contracts appeared that were not known before, not for the reason of their convening, because electronic means are nothing but a modern means of meeting the will of the two parties in the affirmative and acceptance for the conclusion of the contract and it does not depart much from the traditional concepts Except in the means of transferring the will because of its effect in determining the point of convergence of the will in time and place, but what we are dealing with is a group of contracts represented by electronic performances and services, which are new contracts in concept and nature. There are many forms of electronic service contracts, as they are linked to the continuous development of technology and the new needs and situations that it creates. This research will deal with the obligation to disclose in electronic service contracts, which are informational accommodation contracts, virtual store and electronic advertising, due to their convergence in the place of the contract and the description of its parties, who are the service provider and the service consumer, and also those contracts converge in their legal adaptation.

REFERENCES:

Elloumi, La responsablittled elictuellesur internet Droitdu. Net. Etudes Juridiques, n 14 2007
Guide ParlanamentDroit et Internet, E3.3 Hebergement du site, mars 2002, Editions Legislatives, precite, n1
Oliver liteanu: Les contrats du commerce electronique droit et patrimoine. N55, Decembre 1997

الالتزام بالإفصاح في عقود الإيواء المعلوماتي والمتجر الافتراضي والإعلان الإلكتروني

عماد خلف مدلول*، أ.د. درع حماد عبد

كلية القانون، جامعة الفلوجة، الفلوجة، العراق

* 1302201120@uofallujah.edu.iq

الكلمات المفتاحية: الالتزام بالإفصاح، عقود الخدمات الإلكترونية، عقود الإيواء المعلوماتي، المتجر الافتراضي، الإعلان الإلكتروني.



<https://doi.org/10.51345/v34i1.600.g335>

ملخص البحث:

أدى ظهور الشبكات الإلكترونية واستخدامها في تقديم الخدمات للناس وتواصلهم الى تنوع عقود الخدمات الإلكترونية، فظهرت عقود جديدة لم تكن معروفة من قبل لا لسبب انعقادها لان الوسائل الإلكترونية ليست الا وسيلة حديثة لتلاقي ارادة الطرفين بالإيجاب والقبول من اجل انعقاد العقد وهي لا تخرج كثيرا عن المفاهيم التقليدية الا في وسيلة نقل الإرادة لما له من الاثر في تحديد نقطة تلاقي الارادة في الزمان والمكان لكن ما نحن بصدد هو طائفة من العقود تتمثل بداءات وخدمات الكترونية، وهي عقود جديدة في مفهوم وطبيعتها. تتعدد صور عقود الخدمات الإلكترونية بشكل كبير فهي مرتبطة بالتطور المستمر للتكنولوجيا وما تفرزه من احتياجات وأوضاع جديدة. سيتناول هذا البحث الالتزام بالإفصاح في عقود الخدمات الإلكترونية وهم عقود الإيواء المعلوماتي والمتجر الافتراضي والإعلان الإلكتروني وذلك لتقاربها في محل العقد وصفة أطرافه وهم مزود الخدمة ومستهلك الخدمة وايضا تلقي تلك العقود في تكييفها القانوني.

المقدمة:

أدى ظهور الشبكات الإلكترونية واستخدامها في تقديم الخدمات للناس وتواصلهم الى تنوع عقود الخدمات الإلكترونية، فظهرت عقود جديدة لم تكن معروفة من قبل لا لسبب انعقادها لان الوسائل الإلكترونية ليست الا وسيلة حديثة لتلاقي ارادة الطرفين بالإيجاب والقبول من اجل انعقاد العقد وهي لا تخرج كثيرا عن المفاهيم التقليدية الا في وسيلة نقل الإرادة لما له من الاثر في تحديد نقطة تلاقي الارادة في الزمان والمكان لكن ما نحن بصدد هو طائفة من العقود تتمثل بأداءات وخدمات الكترونية، وهي عقود جديدة في مفهوم وطبيعتها وان كان الفقه قد حاول منذ البداية ان يكيف هذه العقود على وفق المفاهيم المتداولة تقليديا الا انها ابت ان تخضع للنماذج التقليدية المعروفة وهي وان تماثلت مع العقود التقليدية في تكييفها احيانا الا أنه لا يمكن التقاضي عن طبيعتها الخاصة وتمتعها بسمات وخصائص وتميزها عن بعضها مما يجعلها عقودا ذات طبيعة خاصة في احوالها.

لحدثة هذه العقود تم تناول الالتزام بالإفصاح فيها ويمكن ان نشير الى بعض هذه العقود ونبحث مكان الالتزام بالإفصاح فيها وعليه سنقسم البحث الى مبحث يتناول الالتزام بالإفصاح موضع التطبيق في عقود الإيواء المعلوماتي والمتجر الافتراضي والإعلان الإلكتروني.

المبحث الأول: عقود الإيواء المعلوماتي والمتجر الافتراضي والإعلان الإلكتروني

تتعدد صور عقود الخدمات الالكترونية بشكل كبير مرتبطة بالتطور المستمر للتكنولوجيا وما تفرزه من احتياجات وأوضاع جديدة. سيتناول هذا المبحث بعض عقود الخدمات الالكترونية وهم عقود الإيواء المعلوماتي والمتجر الافتراضي والإعلان الإلكتروني وذلك لتقاربها في محل العقد وصفه إطراره وهم مزود الخدمة ومستهلك الخدمة وايضا تلتقي تلك العقود في تكييفها القانوني حيث تكون اقرب الى عقود الايجار فهي توفر مساحة على الشبكة الالكترونية ولا تقدم نتاج ذهني او معلوماتي فعقد الايواء يوفر للعميل مساحة على القرص الصلب للمزود اما الاعلان فيوفر فيه المزود مساحة اعلانية للمستهلك وهكذا بالنسبة للمتجر الافتراضي الذي يتطلب توفير وتصميم موقع أشبه بالمتجر التقليدي لذا اقتضى جمعهما في نفس المبحث.

ولتقاربهما قد تتداخل العقود لأنهم يشتركون في جوهرهما في تقديم خدمة الالكترونية ولكن لكل منهما دور مختلف. وتعد من أهم عقود الخدمات الالكترونية وأكثرها تداولاً وبنفس الوقت أثّرت حولهما خلافات فقيه. سيقسم المبحث إلى ثلاثة مطالب الأول سيتناول عقد الإيواء المعلوماتي إما المطلب الثاني فسيتناول عقد المتجر الافتراضي والمطلب الثالث سيتناول عقد الاعلان الإلكتروني.

المطلب الأول: عقد الإيواء المعلوماتي

رافقت خدمة الإيواء المعلوماتي التزايد في حجم التجارة الالكترونية وحاجة التجار الى مواقع الكترونية خاصة لعرض خدماتهم وهذا لا يمكن تحقيقه بدون ايجاد مساحة لتخزين المعلومات المتعلقة بالسلع والخدمات لعرضها على المستهلكين ولا يتم هذا الا بالاستعانة بخدمة الايواء او الاستضافة⁽¹⁾. وعليه فان عقد الايواء هو من ينظم ايواء البيانات وتخزينها وتعتبر من الخدمات التقنية التي تتم داخل شبكة الانترنت. اذن جوهر عقد خدمة الايواء المعلوماتي هو وضع الوسائل التقنية والمعلوماتية تحت تصرف الطرف الآخر ذلك بتوفير الكتب والصور والمعلومات والإشارات عبر الانترنت. ونظرا للصعوبات في الجانب الفني المعقد لشبكة الانترنت والمتداخلين في الشبكة واختلاف أدوارهم اقتضى تحديد مسؤوليات أطراف العقد وطبيعة التزام

متعهد الإيواء. يقسم المطلب الى فرعين الأول سيبحث في ماهية عقد الإيواء المعلوماتي إما الفرع الثاني فسيتناول التزام الإفصاح في عقد الإيواء المعلوماتي.

الفرع الأول: ماهية عقد الإيواء المعلوماتي

ورد تعريف عقد خدمة الإيواء في التوجيه الأوروبي حول ألتجاره الالكترونية في مادته (14) وفي القانون الفرنسي في مادته (1-6/2) بأنه "نشاط يمارسه شخص طبيعي او معنوي يتولى تخزين مواقع الالكترونية على حاسبته الإلية الخادمة بشكل مباشر ودائم مقابل اجر ويضع من خلاله تحت تصرف عملائه الوسائل التقنية والمعلوماتية التي تمكنهم من بث ما يرغبون على شبكة الانترنت من معلومات". اورد الفقه القانوني تعاريف عدة لعقد الإيواء المعلوماتي منها انه "من عقود الخدمات والتي بموجبها يضع متعهد الإيواء بعض من إمكانياته التقنية لتستخدم من قبل العميل الالكتروني"⁽²⁾. ونستدل من هذا ان اساس عقد الايواء المعلوماتي هو تحميل المساحة المستأجرة من القرص الصلب الذي يعود الى اجهزة التخزين المكرية التي يملكها متعهد الايواء. ودور عقد الايواء أشبه بخدمة تأجير الامكنة على شبكة الويب للمستأجر والذي يقوم بنشر ما يريد من نصوص او ينظم مؤتمرات مناقشة او يتشارك بروابط معلوماتية مع مواقع الكترونية اخرى⁽³⁾. وعقد الايواء يوفر للعميل الالكتروني فرصه الانتفاع وذلك بتخصيص حيز له كصندوق رسائل او ما شابه من القرص الطلب المتصل بالشبكة.

وإطراف عقد الإيواء هم متعهد الإيواء والذي يعرف بانه "شخص طبيعي او معنوي سيتولى تخزين البيانات والمعلومات لعملائه ويوفر لهم الوسائل الفنية والمعلوماتية التي تتيح لهم الوصول طوال اليوم وذلك مقابل مادي متفق عليه"⁽⁴⁾. وينظر الى متعهد الإيواء احيانا على انه أحد وسطاء الانترنت وبذلك اشارت له المادة (1) التجارة الالكترونية البحريني رقم (28) لسنة 2002 بانه "الشخص الذي يقوم نيابة عن شخص اخر بإرسال او تسلم او بث او حفظ السجل الالكتروني او يقوم بتقديم اية خدمات أخرى بشأن هذا السجل". وذهب المشرع العماني في القانون التجارة الالكترونية رقم 69 لسنة 2008 والذي عرف وسيط الشبكة بانه "الشخص الطبيعي او المعنوي الذي يقوم نيابة عن شخص اخر بأرسال او تسليم او تبني او حفظ المعاملة الالكترونية او يقوم بتنفيذ خدمات تتعلق بتعلق بالمعاملة". ومتعهد الايواء هو الطرف الأكثر خبرة والملمز بتقديم خدمة المعلومات الالكترونية. اما الطرف الآخر هو العميل الالكتروني او مستخدم الشبكة والذي يعرف بانه "الشخص الذي يقوم بالاتصال بمواقع على شبكة الانترنت من اجل الحصول على المعلومات التي يحتاجها بغية اشباع رغباته من خدمات الانترنت"⁽⁵⁾.

ومستخدم الشبكة ملزم بدفع أجور حصوله على تلك الخدمة⁽⁶⁾ وبموجب هذا العقد يضع متعهد الإيواء تحت تصرف عملائه بعض التقنيات والوسائل المعلوماتية التي تمكنهم من استعمال شبكة الانترنت وتنظيم المؤتمرات وإنشاء روابط مع المواقع الأخرى حيث يخصص متعهد الإيواء مساحه للعميل لبث معلوماتهم ويزود بحساب خاص ومفتاح للدخول للموقع والاتصال بالمتعهد. وعليه فان دور المتعهد يكون دور في بحث أي يلتزم بتوفير الوسائل لإنشاء موقع الكتروني خاص بالعميل ويوفر أيضا خدمه تخزين المعطيات وكل الوسائل الفنية والتقنية والتي تسهل توفير الخدمة. اختلف الفقه في تكييف هذا العقد وذهب جانب من الفقهاء الى اعتبار عقد الايواء على انه عقد إيجار إذا يقوم المتعهد بتوفير مساحه على القرص للعميل⁽⁷⁾ بينما يرى فريق اخر الى تكييف عقد الايواء الى عقد مقاوله مستندين الى ان موضوعه يتضمن بتقديم خدمة مقابل اجر⁽⁸⁾. وكلا العقدين مرتبطين بأداء عمل محدد حيث يقوم متعهد الأداء بتخزين بيانات على القرص الصلب بينما يقوم المقاول بإنجاز عمل بمقابل مادي وايضا يشترك العقدين في ان لكليهما لا توجد علاقة تبعية لا طراف العقد⁽⁹⁾.

والرأي الثالث تبناه الفقه الفرنسي في تكييف الإيواء معتمدين على كون الخدمة مجانية ام باجر فإذا كانت بمقابل اجر فتعد عقد إيجار للقرص الصلب او باي جزء من الشبكة اما إذا لم تكن بمقابل مادي فهو عقد اعارة⁽¹⁰⁾. ويرى جانب اخر من الفقه تكييف عقد الإيواء المعلوماتي كعقد إيجار وحسب ما تضمنته المادة (1713) من التقنين المدني الفرنسي مستندين على فكرة منح متعهد الخدمة في العقد لعملائه فرصه استعمال الوسائل التقنية والفنية والمعلوماتية الخاصة به مع بقاء ملكيتها للمتعهد. ويؤيد الباحث ما ذهب إليه الفقه الفرنسي والتوجيه الأوروبي باعتبار عقد الإيواء عقد إيجار. والإيجار يمكن ان يقع بالإضافة على الأشياء المادية يقع على الأشياء غير المادية. ورغم تنازله عن حيابة هذه التقنيات والوسائل الفنية فتبقى عادة له. وان الترجمة الحرفية للعقد الإيواء هو عقد ايجار المعلومات⁽¹¹⁾ ويتضح ان عقد الايواء هو عقد ايجار⁽¹²⁾. والأخذ بهذا التكييف له أهمية في تحديد دور متعهد الإيواء ومدى مسؤولياته التي تنحصر بمجرد نقل حيابة تلك التقنيات والبرامج والوسائل الالكترونية للعميل الالكتروني.

ويتميز عقد الإيواء المعلوماتي بجملة من الخصائص أهمها انه من العقود التي ترم عن بعد أي لا يكون هناك حضور مادي بين أطراف العقد وهم متعهد الايواء والعميل الالكتروني او مستخدم الشبكة. إذا يتم العقد عبر شبكة الانترنت. ورغم عدم التواجد واختلاف الأماكن فكل طرف عبر عن أرائته الكترونيا وبصوره مباشرة للطرف الاخير⁽¹³⁾. المشرع العراقي في مادته (5) من الفقرة (2) من قانون التجارة لسنة 1984 عد عقد الايواء المعلومات عقد تجاريا وأدرجه مع عقود اخر وجاء بالنص " تعتبر الأعمال التالية أعمالا تجاربه

إذا كان بقصد الربح ويفترض هذا القصد ما لم يثبت العكس" لان متعهد الإيواء يقوم بتقديم يقوم بدور مقدم الخدمة للعميل من خلال تخزين المعلومات والوسائل التقنية على حاسبته مقابل مردود مادي. وعقد الإيواء هو عقد مختلط لأنه يمكن ان يكون عقد مدني او عقد تجاريا وحسب صفه المتعاقد. فإذا كان المتعاقد تاجر حيث يقوم ويستخدم الخدمة لعملاء ومكاتب فيعد عقد الإيواء المعلوماتي عمل تجاريا يتوخى من تحقيق الربح اما إذا كان المتعاقد مدني كان يكون كاتب او باحث فعندها يكون عقد الإيواء عقدا مدنيا⁽¹⁴⁾. ويتميز ايضا عقد الإيواء المعلوماتي بأنه عقد استهلاكي وذلك لا نه يبرم بين طرفين أحدهم هو المستهلك الذي يحتاج الخدمة وتنقصه الخبرة الفنية والتقنية والطرف الآخر هو المتعهد ويتميز بكونه ذو خبرة ودراية⁽¹⁵⁾. وباعتبار عقد الإيواء الإلكتروني من عقود الاستهلاك يفرض التزامات إضافية على متعهد الإيواء لأجل توفير حماية للطرف الأقل خبرة⁽¹⁶⁾.

الفرع الثاني: الالتزام بالإفصاح في عقد الإيواء المعلوماتي

يعد الالتزام بالإفصاح من الالتزامات الهامة في عقد الإيواء وذلك للتفاوت الكبير بين متعهد الإيواء والعميل الإلكتروني في الخبرة الفنية. ويمكن تحديد التزامات متعهد الإيواء حسب مرحلة العقد فهناك التزامات في المرحلة السابقة للتعاقد والتزامات في المرحلة اللاحقة للتعاقد. ومن أهم الالتزامات في المرحلة السابقة للتعاقد هي تزويد العميل الإلكتروني بكل المعلومات الجوهرية لإيجاد رضا ويتعاضم هذا الدور في حال كون العميل الإلكتروني جاهلا لتلك البيانات او من المستحيل عليه الوصول لتلك البيانات لأسباب تتعلق بطبيعة العقد او معلومات لا يمكن الوصول لها بالوسائل الخاصة⁽¹⁷⁾. لذا يلتزم متعهد الإيواء بالإفصاح عن المعلومات الأساسية الخاصة بالعقد وعن خدمة الإيواء المعلوماتي. ويجب على متعهد الإيواء استعمال لغة واضحة ويقدم وصف مفصل عن خدمة الإيواء⁽¹⁸⁾.

وعند تنفيذ العقد يقع على عاتق متعهد الإيواء مسؤولية أساسية وهي توفير كل الوسائل للمستخدم للوصول والاستفادة من الخدمة وذلك بتوصيل العميل الإلكتروني بكل الوسائل الفنية والتقنية لتحقيق الهدف من التعاقد. وعليه فان متعهد الإيواء سيضع تحت تصرف العميل بعض الوسائل والتقنيات والمعطيات المتعلقة بتشغيل الخدمة وتفعيلها ليتمكن العميل من الاستفادة من شبكة الانترنت مع توفير برنامج خاص يمكنه من الاتصال بالمتعهد. والدور الفني لمتعهد الإيواء يشمل تقديم خدمات إضافية متمثلة بالمساعدة الفنية للعميل عن طريق حل اي مشكلات تواجه استخدام الخدمة بشكل فعال. ومساعدة العميل على انشاء مواقع الكترونية خاصة او تسهيل إنشاء خدمات البريد الإلكتروني وأنظمة البحث الآلي. وتجدر الإشارة ان الالتزام بتقديم المساعدة الفنية تكون ضمن عقد الإيواء⁽¹⁹⁾. ويقع على عاتق المتعهد

ضمان جودة وفعالية الخدمة. ودور متعهد الإيواء في هذه المرحلة هو دور فني عن طريقه تمكين العميل من الدخول والاستفادة من خدمة الإيواء وهنا يتضح ان الالتزام بالإفصاح يكون بنتيجة وهي إيصال خدمة الإيواء بفاعلية ويسر وإذا لم تتحقق هذه النتيجة تقع على المتعهد مسؤولية الإخلال.

ويلزم متعهد الإيواء ان ينبه العميل بضرورة احترام القوانين والأنظمة وعدم استخدام الموقع بطريقه يسئ بها للغير واحترام الحقوق الملكية الفكرية وعدم إلحاق اي ضرر بالآخرين. ورغم التشديد حول التزام المفصح بمراقبة ما يحتويها الموقع بدقه فان التوجيه الأوربي في مادته (1-15) القانون الفرنسي في مادته (6-7/1) حول الثقة الرقمية يحل متعهد الإيواء من المتابعة الدقيقة لنشاط العميل الإلكتروني والرقابة على مضمون المعلومات حيث جاء فيه منع فرض اي التزام على متعهد الإيواء " بمراقبة المعلومات التي يتولى نقلها او تخزينها او البحث النشط عن الوقائع والظروف التي تكشف عن الأنشطة غير المشروعة" لان دور متعهد الإيواء في الأصل هو دور فني يوفر الوسائل التقنية وليس له الحق في حذف او تعديل المضمون المعلوماتي للموقع⁽²⁰⁾.

ورغم إعفاء متعهد الإيواء من مراقبة مضمون المعلومات لموقع العميل فان اوجب عليه بممارسة هذه الرقابة في حالات معينة وبناء على طلب من السلطات القضائية⁽²¹⁾ وجاء هذا بالنص في المادة (47) من التوجيه الأوربي حول التجارة الإلكترونية بانه "عدم فرض التزام عام على متعهد الإيواء بمراقبة المضمون المتداول عبر شبكة الانترنت، لا يعفيه من القيام بنشاط رقابي موجة ومؤقت بناء على طلب من السلطة القضائية". ومن ضمن التزامات المتعهد توفير وسائل فنية تمنع انتشار أي مضمون مسيء وهذا ما جاءت به نص (1-7/6) والتي أكدت مشددة دور المفصح يكون ايضا بتوفير وسائل تمنع او تعيق انتشار أي مضمون مسيء.

المطلب الثاني: عقد المتجر الافتراضي

التطور السريع في التكنولوجيا وانتعاش التجارة الإلكترونية أسس لفكرة إنشاء مركز تجاريا افتراضي يمكن التجار عرض بضائعهم وخدماتهم وابرار صفقات تجارية عبر الشبكة ويمكن المستهلكين من الولوج للمواقع والتجوال والتصفح والاطلاع على البضائع. ويحدد لهم أقسام للاطلاع والأخرى للشراء. ومع هذا التقدم التقني وظهور خدمة انشاء المتجر الافتراضي اقتضت الحاجة ظهور عقد المتجر الافتراضي لينظم التزامات تقع على طرفيه. وظهور المتجر الافتراض مكن التجار من الانضمام للمركز التجاري الافتراضي الذي يجمع كل التجار ومتاجرهم بموقع واحد. واقتضت أهمية عقد المتجر الافتراضي تسليط الضوء على هذا العقد من

خلال فرعين الأول سيتناول ماهية عقد المتجر الافتراضي والفرع الثاني سيتناول الالتزام بالإفصاح في عقد المتجر الافتراضي.

الفرع الأول: ماهية عقد المتجر الافتراضي

إن أساس التجارة الإلكترونية تقوم على إقامة مركز أو متجر افتراضي يضم التجار ومواقعهم الافتراضية تتيح للعملاء الإلكترونيين بالتعرف لمنتجات والخدمات المعروضة. وهذا المركز يسمى المتجر الافتراضي والي يعرف بأنه "خدمة الكترونية يتم الدخول إليها عن طريق شبكة" (22) الانترنت المفتوحة لكل مستعملها وتسمح للتجار بعرض بضائعهم أو خدماتهم على العملاء. وعرفه آخرون مشيرين الى الوسائل المستخدمة لتكوينه على انه "مجموعه من العناصر تتم من خلالها المعاملات الالكترونية التجارية عبر الانترنت" (23).

وعليه فان المتجر الافتراضي أشبه ما يكون بمنصة لبيع وشراء السلع سواء كانت منتجات أو خدمات أو معلومات عبر شبكة الإنترنت ولا يشترط الشراء لدخول المتجر الافتراضي لذا هو ايضا عبارة عن منصة لعرض المنتجات من السلع والخدمات، والمتجر الافتراضي يتكون من قسمين الأول يمكن المستهلك من التصفح والتجول في المتجر للاطلاع على المنتجات المعروضة. إما القسم الثاني هو قسم الشراء ويتطلب إجراءات محددة مثل التسجيل وتحديد استخدام طريقه الدفع وتحميل التوقيع الالكتروني (24). ويطلق أحيانا على عقد المتجر الافتراضي بعد المشاركة لأنه عن طريق المتجر. ويضم المتجر الافتراضي عدد من برامج لتوفير الحماية للبيانات والمعلومات الخاصة بالعملاء الالكتروني (25) وصفحات من الويب وبرامج لإدارة التعاملات المالية بين البنوك والمؤسسات وبرامج وظيفتها ربط العملاء بالمتجر (26).

وإطراف عقد المتجر الافتراضي هم الطرف الأول وهو منشئ المتجر وهو الطرف الذي يلتزم بإنشاء المتجر الافتراضي وينظم البرامج الخاصة بالأمان والتعاملات المالية والبرامج التي توفر سهولة التجارة ومنح الطرف الآخر ترخيص باستخدام البرامج. والطرف الآخر هو المشارك والذي يلتزم بدفع مقابل مادي مقابل توفير خدمة إنشاء عقد المتجر الافتراضي. ويذهب الفقه الى تكييف عقد إنشاء المتجر الافتراضي كعقد مقاول (27) لان الأخير يقوم على تقديم عمل مادي او افتراضي لمصلحة الطرف المشارك بمقابل مادي. واستند ايضا أنصار هذا الراي على ان كلاهما المقاول ومنشئ المتجر يتمتعون باستقلالية عن الطرف الآخر وهو رب العمل. وذهب الفقه الفرنسي بنفس المنحى وعد عقد المتجر الافتراضي ضمن نطاق عقد مقاوله وجاء هذا واضح في المادة (1710) من القانون المدني الفرنسي وجاء نصا "عقد بمقتضاه يلتزم أحد الإطراق بالقيام بعمل لحساب الآخر بمقابل مادي" (28).

الفرع الثاني: الالتزام بالإفصاح في عقد المتجر الافتراضي

لقد حدد قانون حماية المستهلك الفرنسي⁽²⁹⁾ في مادته (4) جملة من الالتزامات المباشرة لمزود الخدمات وعلى ضوءها يمكن تحديد دور المفصح في عقد المتجر الافتراضي حيث ان مزود الخدمة بالالتزام بالإفصاح في مرحلتين ففي المرحلة السابقة للتعاقد يقدم مزود الخدمة الخصائص والصفات الجوهرية لخدمة المتجر الافتراضي. ويجب تبين ثمن الخدمة المقدمة وشروط العقد وطرق تعديله او انقائه وشكلية العقد بصورة عامة⁽³⁰⁾. كما يتضمن الإفصاح تقديم كل المعلومات المتعلقة بشخصية مزود الخدمة وتشمل تبين اسم المزود وتحديد طرق التواصل بينهم.

اما في مرحلة تنفيذ العقد فتحدد التزامات اضافية اخرى اهمها تصميم موقع افتراضي أشبه بالمركز التجاري يجمع ما بين جمال التصميم وفعالية الاستعمال وسهولة الاستخدام. وتزويد المستهلك بكل التسهيلات التي تمكنه من تحقيق الغاية من انشاء المتجر مثل الطرق الأفضل لاستعمال المتجر وتزويده بأسماء مواقع وبرامج تعد ضمن وسائل التجارة الافتراضية. كما ويلتزم المزود بتوفير برامج خاصة تزيد من سرعه تحميل صفحات الويب واسلوب عرض لعرض السلع والخدمات مع معلومات تفصيلية عن أسعارها ومواصفاتها⁽³¹⁾. ويجب ان يراعي المنشئ ان المتجر يستخدم لعرض السلع والمنتجات وبنفس الوقت لا يرام الصفقات لذا يجب تحميل البرامج التي تسمح بالتجارة الالكترونية بأسلوب مباشر عبر شبكة الانترنت.

إنشاء المتجر الافتراضي وما يتضمنه من منح المشارك التراخيص ويتوجب على المنشئ توجيه المشارك باحترام التشريعات السارية المتعلقة بالأنشطة في المتجر الافتراضي. واحترام الشروط العامة للمركز التجاري الافتراضي. ويقع على عاتق المصمم تقسيم المتجر الى اقسام بعضها للتصفح والاطلاع والاخر يخصص للشراء وهنا يلتزم المنشئ بإضافة برامج خاصة لتسجيل الزائرين وتحديد طرق الدفع بوسائل تتسم بالسهولة وعدم التعقيد. ولا ينتهي التزام المزود بهذا بل يلزم بتقديم التعليمات لتشغيل البرامج المعقدة في المتجر كما ويلزم بتقديم المشورة في حال وجود تقنيات او وسائل معقدة يجهلها المستهلك⁽³²⁾.

المطلب الثالث: عقد الإعلان الإلكتروني

الثورة المعلوماتية التي أحدثها استخدام شبكة الانترنت في التجارة الالكترونية حولت الكثير من العقود من تقليدية الى عقود الالكترونية ومنها عقد الاعلان فظهرت الحاجة الى ترويج السلع والخدمات عبر شبكة الانترنت وعبر المواقع الالكترونية. فظهر عقد الإعلان الإلكتروني ظهرت الحاجة الى عقد ينظم الالتزامات بين طرفي العقد. ويعد عقد الإعلان الإلكتروني من عقود الخدمات الالكترونية التي تبرم وتنفذ عبر الشبكة

الإلكترونية بين وكالة إعلانية والمعلن. ولدراسة العقد سنقسم المطلب إلى فرعين الأول سيتناول ماهية عقد الإعلان الإلكتروني أما الفرع فسيتناول الالتزام بالإفصاح في عقد الإعلان الإلكتروني.

الفرع الأول: ماهية عقد الإعلان الإلكتروني

يعرف عقد الإعلان الإلكتروني بأنه العقد يتعهد بموجبه الناشر بتحقيق عمل إعلاني لمصلحة المعلن بواسطة الكترونية لقاء اجر يتفق عليه⁽³³⁾. وذهب جانب من الفقه بتعريف عقد الاعلان الالكتروني بانه " كل إخبار تجاري او مهني يقوم به التجار ومقدمو الخدمات باستخدام الوسائل الالكترونية ليعرف جمهور المستخدمين بمزايا السلع والخدمات من اجل تحفيزهم او اقبالهم على التعاقد"⁽³⁴⁾. وذهب المشرع الجزائري الى تعريف العقد الالكتروني في القانون التجاري في الفقرة (5/18) المادة (6) على انه "كل اعلان يهدف بصيغة مباشرة او غير مباشرة الى ترويج بيع سلعه او خدمات عن طريق الاتصالات الالكترونية". ويعد الإعلان في الوقت الحاضر قوة اقتصادية لا يستهان بها وبما ان شبكة الانترنت تحولت الى سوق لعرض المنتجات والخدمات ينافس بإمكانياته الضخمة السوق التقليدي مما دفع المعلنين لترويج سلعهم الكترونيا وهذا يتطلب اما التعاقد مع الناشر الالكتروني او مع وكالة الاعلان الالكتروني. ويظهر دور الاعلان الالكتروني والذي يخاطب القدرات الإدراكية للمستهلك وتؤثر على اختياراته وتقوميه للخدمة المقدمة⁽³⁵⁾. ويعد عقد الاعلان الالكتروني بين طرفين هما الناشر الالكتروني والذي يكون الطرف المحترف وذو خبره ويقع عليه مهمة الادلاء بالبيانات للطرف الثاني وهو المعلن الالكتروني والذي يروم الترويج عن سلعته او خدمته. ومن خلال الاعلان الالكتروني تعرض السلع والخدمات على شبكة الانترنت للمستهلكين. ومن المميزات الهامة لعقد الاعلان الالكتروني هو عقد الكتروني يبرم عن بعد بدون حضور مادي لطرفي العقد. والرسالة الإعلانية يمكن ان تتخذ صور عدة مسموعة او مقروءة ومرئية. ويعد الاعلان الالكتروني المرئي أفضل الصور الإعلانية.

والإعلان الإلكتروني يقسم الى نوعين هما عقد شراء المساحة الإعلانية ويعني العقد الذي بمقتضاه يقوم المعلن الالكتروني بأبرام عقد مع الناشر الالكتروني لكي يوفر له مساحة إعلانية ولفترة زمنية محددة وبمقابل مادي⁽³⁶⁾. والنوع الآخر للعقد الاعلان الالكتروني هو عقد بيع المساحة الإعلانية وهو العقد الذي من خلاله يقوم الناشر الالكتروني والذي يملك مساحه على مواقع خاصه على شبكة الانترنت بإبرام عقد مع شخص وسيط والذي يقوم بالبحث عن عملاء يرغبون بالإعلان على هذه المساحة⁽³⁷⁾. والناشر الالكتروني يتحمل المسؤولية المدنية عن نشر الإعلان الالكتروني وليس المعلن الالكتروني لأنه هو من تعهد بموجب عقد

الإعلان على نشر الرسالة الإعلانية. وذهب فريق آخر إلى اعتماد نظام تسلسلي للمسؤولية أي بغياب الناشر الإلكتروني يكون المعلن هو من يتحمل المسؤولية المدنية لأي مضمون مسيء.

ويمكن تمييز الإعلان الإلكتروني عن الدعاية أو الإعلام لوجود لبس بينهم. إن الدعاية تقوم على أهداف عدة منها التأثير على عقيدة وأفكار الجمهور لدفعه إلى الإيمان بفكر أو مبدأ أو عقيدة معين⁽³⁸⁾. والغاية من الدعاية هو نشر فكر وأراء وتجميع أنصار لهذه الأفكار بينما يعد الإعلان وسيلة دعائية تحوي بيانات ومعلومات تهدف إلى تبيان السلعة ومكوناتها والترويج لبيعها. ويكمن الاختلاف الآخر بينهما بأن الدعاية تكون مجانية أما الإعلان فيكون بمقابل مادي. أما الإعلام فهو وسيلة لنشر الإخبار والحقائق بين الجمهور وهدفه الأساسية هو نشر الوعي الثقافي والسياسي والاجتماعي وهدفه غير ربحي والاختلاف بينه وبين الإعلان في الموضوع لأن الإعلان يقدم المعلومات التي تخدم الشخص المعلن والسلعة المعلنة وعليه يكمن الفارق الأساسي أن الإعلان يروج لبضاعة أو خدمة لجذب المستهلكين لشرائها بينما يكون دور الإعلام لتثقيف ومقاومة الدعاية الكاذبة⁽³⁹⁾.

الفرع الثاني: الالتزام بالإفصاح في عقد الإعلان الإلكتروني

يقع على عاتق مزود الخدمة في عقد الإعلان الإلكتروني التزامات قبل انعقاد عقد الإعلان الإلكتروني وبعد انعقاده. ومن الالتزامات السابقة للعقد هي الإدلاء بالبيانات الجوهرية التي تساعد الطرف الأقل خبرة وهو المعلن الإلكتروني على الإلمام بتفاصيل خدمة الإعلان الإلكتروني ويتوجب أن تتسم البيانات بالبساطة وحسن النية والشفافية⁽⁴⁰⁾. وتختلف طبيعة البيانات حسب نوع الإعلان الإلكتروني ففي حال شراء مساحة إعلانية يلتزم الناشر الإلكتروني بتزويد المعلن الإلكتروني بأسعار الإعلانات والشروط العامة قبل إبرام العقد. من أجل حماية المعلن الإلكتروني عند شراء المساحة الإعلانية⁽⁴¹⁾. وقد أولى المشرع الفرنسي اهتمام كبير لعقد شراء المساحة الإعلانية وواجب في الأمر (1243-86) في المادة (1) لسنة 1986 أن يتسم الإدلاء بالبيانات بالشفافية. وألزمت المادة (18) الناشر الإلكتروني بتوفير جدول بالأسعار للإعلان الإلكتروني. وعليه فالالتزام الهام للناشر الإلكتروني هو عرض الأسعار والشروط العامة للتعاقد للطرف الآخر. ويلتزم الناشر الإلكتروني بتوفير معلومات دقيقة عن مكان نشر الإعلان وعدد مرات ظهوره وتاريخ نشر الإعلان وقد فرضت المادة (1/25) من قانون سابلن غرامة مالية في حال تقديم الناشر الإلكتروني معلومات كاذبة عن مكان النشر وتزداد الغرامة في حال عدم دقة المعلومات الخاصة بعدد مرات ظهور الإعلان.

والالتزام الهام هو التزام الناشر الإلكتروني بالمحافظة على سرية البيانات التجارية والصناعية الخاصة بالإعلان وايضا المحافظة على سرية بيانات المعلن اثناء مدة العقد وبعده حتى ولم يبرم العقد. وقد طوع المشرع العراقي قوانين حماية المستهلك لتطبق على الإعلان الإلكتروني والذي الرم ناشر الإعلان وحسب المادة (7) بثبتت المعلومات والبيانات الأساسية للسلع والخدمات وألزمت المادة (9) من قانون حماية المستهلك العراقي ايضا حظر الإعلان المخالف للآداب العامة. اما في المرحلة اللاحقة للتعاقد فتقع على عاتق الناشر الإلكتروني التزامات تتناسب ومرحلة التنفيذ أهمها تقديم خدمة الإعلان الإلكتروني عبر شبكة الانترنت. وهذا الالتزام هو التزام بنتيجة وهي تحقيق العمل الإلكتروني أي نشر الإعلان على الموقع الإلكتروني. ولا ينتهي دور الناشر الإلكتروني بنشر الاعلان على موقعه الخاص بل ويجب ان يكون الاعلان مطابق للمواصفات التي اقرها العقد. ويلزم الناشر الإلكتروني بعدم اجراء أي تعديل في طبيعة الاعلان او شكله بدون اخطار المعلن الإلكتروني واستحصال موافقته. وللناشر الإلكتروني الحق في حجب أي اعلان مسيء. وذهب الفقه الفرنسي الى اضافته التزام اخر على ناشر الاعلان الإلكتروني وهو إخطار المعلن الإلكتروني في حال حدوث أي تعديل او تغيير على الموقع الإلكتروني الخاص به بعد نشر الإعلان ويجب إخبار المعلن الإلكتروني في حال حدوث أي تعديل في نشر الرسالة الإعلانية.

الخاتمة:

وختام البحث في موضوع الالتزام بالإفصاح في عقود الخدمات الإلكترونية نبين ما توصل لة البحث من نتائج وتوصيات:

اولا: النتائج:

1. غياب التشريع العراقي في قانون حماية المستهلك في العقود الإلكترونية وخاصة عقود الخدمات الإلكترونية بخلاف بعض التشريعات في بعض الدول العربية والتي وفرت نصوص قانونية تحمي المستهلك.
2. غياب التشريعات العراقية التي تنظم المعاملات الإلكترونية بقانون خاص. والاعتماد على القواعد العامة.
3. الالتزام بالإفصاح في عقود الخدمات الإلكترونية التزام يقع على عاتق مقدم الخدمة ويتخذ صورتين فهو التزاما قانونيا قبل ابرام العقد والتزام عقدي في المرحلة اللاحقة لإبرام العقد.

4. يقع على عاتق مقدم الخدمة مسؤولية الإدلاء بالبيانات والمعلومات ويقع على عاتق مستهلك الخدمة اثبات اخلال مقدم الخدمة بتنفيذ التزاماته.
5. لا يجوز اعتبار العقد من النظام العام لذا يجوز لطرفي العقد الاتفاق على تعديل بنود العقد استنادا الى مبدأ الحرية العقدية والتعديل يكون ام بتخفيف او اعفاء او تشديد المسؤولية العقدية.
6. المسؤولية العقدية في التشريع العراقي لم تحيز التعويض عن الاضرار الادبية على الرغم من العديد من التشريعات اخذت به في التعويض.
7. ان صور عقود الخدمات كثيرة ولا يمكن ان تقيد بعدد نظر للتطور التكنولوجي المستمر والذي يفرز صور جديدة. وصور عقود الخدمات الالكترونية وان اختلفت فإنها تتحد في المحل وفي صفة اطرافها إذا أحدهم ذو خبرة وهو مقدم الخدمة والآخر يفتقر لتلك الخبرة وهو المستهلك. واهم صور عقود الخدمات الالكترونية هي عقود الايواء المعلوماتي والمتجر الإلكتروني والإعلان الإلكتروني والتي ارتأينا تناولها في هذا البحث.

ثانيا: التوصيات:

1. يقترح الباحث ان يولي المشرع العراقي اهمية أكبر للتشريعات المتعلقة بحماية المستهلك في عقود الخدمات الالكترونية من اجل تنظيم العلاقات العقدية بين طرفي العقد ولا يترك لاجتهادات القضاء.
2. الدعوة لتضمين قانون حماية للمستهلك في رقم (1) لسنة 2010 نصوص لتنظيم الالتزام بالإفصاح في عقود الخدمات الالكترونية اسوه بالقانون الدول الاخرى.
3. يقترح الباحث توحيد القوانين الخاصة بعقود الخدمات الالكترونية ليتجاوز الحدود الجغرافية بإبرامه الكترونيا وعن بعد.
4. تشجيع الدراسات التي تتناول الالتزام بالإفصاح في عقود الخدمات الالكترونية.

المصادر:

1. اسامة ابو الحسن مجاهد، خصوصية التعاقد عبر الانترنت، دار الكتب القانونية، مصر، 2003.
2. السيد، أشرف جابر، مسؤولية مقدمي الخدمات الانترنت عن المضمون الإلكتروني غير المشروع-دراسة خاصة لمسؤولية متعهدي الايواء، دار النهضة، القاهرة، 2010.
3. إيمان مأمون احمد سليمان، ابرام العقد الإلكتروني وثباته- الجوانب القانونية لعقد التجارة الالكترونية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2008.
4. بشار محمود دودين، الإطار القانوني للعقد المبرم عبر شبكة الانترنت، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2006.
5. الساعدي، جليل، مشكلات التعاقد عبر شبكة الانترنت، مكتبة السنهوري، بغداد، 2015، ص73.
6. الجريدي، جمال زكي إسماعيل، عقد استخدام شبكة المعلومات الدولية، دار الكتب القانونية، القاهرة، 2012.
7. الصغير، جميل عبد الباقي، الانترنت والقانون الجنائي، دار النهضة العربية، مصر، 2001.
8. مليكة، حنان بادي، الحماية القانونية لعنوان المتجر الإلكتروني، بحث منشور، مجلة الحقوق، الكويت، 2014.

9. سعيد سعد عبد السلام، الالتزام بالإفصاح في العقود، ط 1، دار النهضة العربية، القاهرة، 1999.
10. الجمالي، سمير حامد عبد العزيز، التعاقد عبر تقنيات الاتصال الحديثة، ط2. دار النهضة العربية الحديثة، القاهرة، 2007.
11. طاهر شوقي محمد محمود، عقد ايواء الموقع الإلكتروني ودراسة مقارنة، في إطار القانون المصري والإماراتي والفرنسي ومجلة معهد دبي القضائي، العدد الثاني، 2013.
12. الخلايلة، عايد رجا، المسؤولية التقصيرية الإلكترونية- المسؤولية الناشئة عن اساءة استخدام اجهزة الحاسوب والانترنت، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
13. عايد رضا الخلايلة، المسؤولية التقصيرية الإلكترونية، ط1، دار الثقافة، الاردن، 2009.
14. عبد الفتاح بيومي حجازي، التجارة الإلكترونية وحمايتها القانونية، دار الفكر الجامعي، مصر، 2004.
15. عصمت عبد المجيد، أثر التقدم العلمي في العقد (تكوين العقد/اثبات العقد)، المكتبة القانونية، بغداد، 2007.
16. محمد احمد ابو القاسم، التسوق عبر الانترنت، دار الأمين للنشر والتوزيع، 2000.
17. الرومي، محمد أمين، التعاقد الإلكتروني عبر الانترنت، ط1، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2004.
18. محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2003.
19. معتز نزيه محمد صادق المهدي، المتعاقد المخترف - مفهومه-التزاماته-ومسؤولياته، دار النهضة العربية، القاهرة، لا توجد طبعة.
20. الياس ناصيف، العقود الدولية- العقد الإلكتروني في القانون المقارن، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2009.

الهوامش:

- (1) طاهر شوقي محمد محمود، عقد ايواء الموقع الإلكتروني دراسة مقارنة في إطار القانون المصري والإماراتي والفرنسي، كلية الحقوق، حلوان، ص47.
- (2) د. عصمت عبد المجيد، أثر التقدم العلمي في العقد (تكوين العقد/اثبات العقد)، المكتبة القانونية، بغداد، 2007ص39.
- (3) عبد الفتاح بيومي حجازي، التجارة الإلكترونية وحمايتها القانونية، دار الفكر الجامعي، مصر، 2004، ص141.
- (4) د. أشرف جابر السيد، مسؤولية مقدمي الخدمات الانترنت عن المضمون الإلكتروني غير المشروع-دراسة خاصة لمسؤولية متعهدي الإيواء، دار النهضة، القاهرة، 2010، ص51.
- (5) د. عايد رجا الخلايلة، المسؤولية التقصيرية الإلكترونية- المسؤولية الناشئة عن اساءة استخدام اجهزة الحاسوب والانترنت، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص54.
- (6) د. جميل عبد الباقي الصغير، الانترنت والقانون الجنائي، دار النهضة العربية، مصر، 2001، ص134.
- (7) Elloumi, 2007, p73
- (8) د. اسامة ابو الحسن مجاهد، خصوصية التعاقد عبر الانترنت، دار الكتب القانونية، مصر، 2003، ص60.
- (9) د. جليل الساعدي، مشكلات التعاقد عبر شبكة الانترنت، مكتبة السنهوري، بغداد، 2015، ص73.
- (10) Guide Parlanament 2002, n1, p7
- (11) Oliver Iteanu 1997, p.5
- (12) د. طاهر شوقي محمد محمود، عقد ايواء الموقع الإلكتروني ودراسة مقارنة، في إطار القانون المصري والإماراتي والفرنسي و مجلة معهد دبي القضائي، العدد الثاني، 2013، ص53.
- (13) د. بشار محمود دودين، الإطار القانوني للعقد المبرم عبر شبكة الانترنت، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص 68-74.
- (14) د الياس ناصيف العقود الدولية-، العقد الإلكتروني في القانون المقارن، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2009، ص43.
- (15) د. إيمان مأمون احمد سليمان، ابرام العقد الإلكتروني وثباته- الجوانب القانونية لعقد التجارة الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2008، ص66.
- (16) د. معتز نزيه محمد صادق المهدي، المتعاقد المخترف - مفهومه-التزاماته-ومسؤولياته، دار النهضة العربية، القاهرة، لا توجد طبعة، ص43.
- (17) د. سعيد سعد عبد السلام، الالتزام بالإفصاح في العقود، ط 1، دار النهضة العربية، القاهرة، 1999، ص10.
- (18) د. جمال ركي إسماعيل الجريدي، عقد استخدام شبكة المعلومات الدولية، دار الكتب القانونية، القاهرة 2012، ص276.

- (19) د. محمد أمين الرومي. التعاقد الإلكتروني عبر الإنترنت، ط1، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2004، ص، 76.
- (20) د. عايد رضا الخلايلة، المسؤولية التقصيرية الإلكترونية، ط1، دار الثقافة، الأردن، 2009، ص321.
- (21) د. سمير حامد عبد العزيز الجمالي، التعاقد عبر تقنيات الاتصال الحديثة، ط2، دار النهضة العربية الحديثة، القاهرة، 2007، ص306.
- (22) د. سمير حامد عبد العزيز النجم، التعاقد عبر تقنيات الاتصال الحديثة، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، مصر، الطبعة الأولى، 2006، ص 81.
- (23) حنان بادى مليكة، الحماية القانونية لعنوان المتجر الإلكتروني، بحث منشور، مجلة الحقوق، الكويت، 2014، ص536.
- (24) د. اسامة ابو الحسن مجاهد، مصدر سابق، ص57.
- (25) ويتضمن عقد المتجر الافتراضي نوعين من الشروط، الأول يتعلق بشروط عامة تخضع لها كل المتاجر المشاركة في المركز التجاري الافتراضي في حين يتعلق بالشروط الخاصة بكل متجر على حدة وغالبا ما تتضمن الشروط العامة ما يتصل بتحديد البيانات الشخصية لمقدم الخدمة، ووصف دقيق للمنتج المعروض، واللغة المستخدمة، وتحديد الأسعار بوضوح، مع بيان قيمة الضرائب ونفقات الشخص ومواعيد التسليم.
- (26) محمد احمد ابو القاسم، التسوق عبر الانترنت، دار الأمين للنشر والتوزيع، 2000، ص34.
- (27) د. محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2003، ص26.
- (28) Oliver Iteanu 1997, p.54
- (29) قانون حماية المستهلك الفرنسي رقم (1137-72) لسنة 1972 المعدل.
- (30) د. مروة شبل عجيزة و د. خالد بطي الشمري، التسوق الإلكتروني في العالم العربي، ط1، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2012، ص171.
- (31) رامي محمد علوان، التعبير عن الإرادة عن طريق الانترنت وإثبات التعاقد الإلكتروني، بحث منشور، مجلة الحقوق، جامعه الكويت، العدد 4، 2002، ص237.
- (32) د. مرضى عبد الله، المسؤولية العقدية عن اخلال بالحق في اعلام المستهلك بالمنتجات الخطرة، ع 9، مركز جيل البحث العلمي، الجزائر، 2016، ص 17.
- (33) د. شيرزاد عزيز سلمان، عقد الاعلان في القانون (دراسة مقارنة)، ط1، دار دجلة، عمان، الاردن، 2008، ص 52.
- (34) جامع مليكة، حماية المستهلك المعلوماتي، اطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعه الجليلي اليابس، سيدي بلباس، 2018، ص24.
- (35) د. سمير حامد عبد العزيز، التعاقد عبر تقنيات الاتصال الحديثة، ط2، دار النهضة العربية، مصر، 2007، ص91.
- (36) د. خالد ممدوح ابراهيم، ابرام العقد الإلكتروني دراسة مقارنة، دار الفكر الجامعي، مصر، 2006، ص113
- (37) د. سمير حامد عبد العزيز الجمالي، مصدر سابق ص 91.
- (38) نصيرة خلوي عدنان، الحماية المدنية للمستهلك عبر الانترنت، اطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2020، ص28.
- (39) خالد ممدوح ابراهيم، امن المستهلك في المعاملات الإلكترونية -دراسة مقارنة-، دار الجامعة الجديد، مصر، 2008، ص342.
- وحرص المشرع الفرنسي على اصدار قوانين للحماية من مخاطر الاعلانات الخادع هاذ صدر في تاريخ 27 ديسمبر 1973 قانون سمي بقانون Roy، الذي حظر الاعلانات الخادعة وفيما يتعلق بالمسؤولية الناشئة عن الاعلان الإلكتروني نجد ان القضاء الفرنسي قد ذهب في بعض قضاياها الى ان المسؤولية المدنية في عقد الاعلان الإلكتروني تقع من حيث الاصل العام على عاتق الناشر.
- (40) د. السيد محمد السيد عمران، الالتزام قبل التعاقد بالأدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد وتطبيقاته على بعض انواع العقود، ط1، دار النهضة العربية، القاهرة، 1982، ص19.
- (41) د. حماد مصطفى عزم، الجوانب القانونية للإعلان عن المنتجات عبر الانترنت (دراسة مقارنة)، ط1، دار النهضة العربية، القاهرة، 2014، ص74.