

مدى حماية المشرع الجزائري للمستهلك في ظل انتشار ظاهرة التعامل بالعقود الإلكترونية.

عبد الحكيم بوجاني - جامعة تلمسان.

والأستاذ: يحيى بدير - جامعة تلمسان.

مقدمة:

لقد انعكس التطور الاقتصادي العالمي على المنظومة القانونية للدول، وقد تأثرت بها الدولة الجزائرية التي سعت إلى تجسيد الإصلاحات الاقتصادية من خلال إصدار ترسانة من القوانين تؤكد من خلالها الجزائر، دخولها في سياسة اقتصاد السوق وتحرير التجارة الخارجية وتبني مبدأ حرية المنافسة، وحرية التجارة والصناعة وغيرها، غير أن ذلك انعكس سلبا على حماية المستهلك؛ نظرا لصعوبة التحكم في السلع والمنتجات التي تعمر الأسواق الجزائرية، من حيث الكم والنوعية، وما زاد الأمر تعقيدا، هو التطور التكنولوجي وانتشار التعامل بالعقود الإلكترونية، التي تمتاز بخصوصية هامة تتمثل في إبرام العقد عن بعد؛ مما يجعل المستهلك يجهل الكثير عن نطاق التزاماته، وقد يجهل مع من يتعاقد؛ مما يثير مشكل مدى توافر الثقة والأمان بين الأطراف المتعاقدة.

إن المستهلك يحتاج للحماية القانونية بسبب المخاطر وقلة الأمان والثقة بين الأطراف المتعاقدة، وكثرة المشاكل التي تنتج عن التعاقد الإلكتروني، من بينها عدم انعدام التكافؤ بين المنتج والمستهلك من حيث العلم والدراية بالعناصر الجوهرية المتصلة بعقد الاستهلاك، ونتيجة لذلك يجب مراعاة الالتزام بإعلام المستهلك؛ لتمكينه من معرفة نوعية المنتج ومزاياه الحقيقية ومساوئه أو بعض عيوبه؛ وحق المستهلك في الإعلام ضروري ولازم لحمايته ومساعدته في اتخاذ القرار بالتعاقد أو عدمه، مع العلم أن الالتزام بالإعلام في مجال التعاقد الإلكتروني يعتبر أكثر أهمية في التعاقد التقليدي؛ بسبب أنه يتم دون التقاء حقيقي بين الأطراف المتعاقدة، ودون أن يقوم المستهلك بمعاينة الشيء محل التعاقد معاينة حقيقية؛ ونتيجة لذلك غالبا ما يقع المستهلك ضحية الغش والخداع.

وعليه نطرح مجموعة من الإشكالات التالية: ما هي الأهمية التي يكتسبها الإعلام في العقود الإلكترونية وخاصة في مرحلة التفاوض؟، وقبل ذلك لنا أن نتساءل عن مضمون العقد الإلكتروني؟، وما هو أثر الإخلال بالالتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية؟

من خلال هذه التساؤلات؛ سنقوم بتقسيم هذا البحث إلى مبحثين: في المبحث الأول سنتطرق إلى حقيقة العقد الإلكتروني ومدى أهمية إعلام المستهلك فيه، أما في المبحث الثاني فسنبين أثر الإخلال بالالتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية ومدى حماية المشرع للمستهلك في هذه الحالة.

المبحث الأول:

حقيقة العقد الإلكتروني ومدى أهمية إعلام المستهلك فيه

سنتناول في هذا المبحث حقيقة العقد الإلكتروني (أولا)، ومدى أهمية إعلام المستهلك في العقد الإلكتروني (ثانيا).

أولا- حقيقة العقد الإلكتروني:

لا شك أن التقدم التكنولوجي في العصر الحالي سريع، وهو أيضا مفيد للعالم أجمع؛ على أساس أنه يوفر كل ما يحتاجه الأفراد بسهولة، وبسرعة فائقة²¹.

و من أهم و أخطر أنواع هذه التكنولوجيا الحديثة (الانترنت)؛ وذلك لقدرته الفائقة على الاتصال السريع بين الدول مهما بعدت المسافات، أو طالت، وبه يمكن أن تجرى محادثات مباشرة، سواء عن طريق الكتابة، أو المحادثة، أو الكاميرا³، ولعل من خطورته المحادثات بين الشباب عن طريق الدردشة؛ وذلك لما حدث، وما زال يحدث من غش وخداع للطرفين⁴.

كما أن البعض اعتبر الانترنت أحد الوسائل الحديثة التي يتم عن طريقها أهم عقد على الإطلاق وهو عقد الزواج، إلا أن الأصل في انعقاد الزواج هو أن يكون بصيغة لفظية للإيجاب

² - أنظر، أماني علي متولي، الضوابط القانونية والشرعية والمشكلات العلمية للأنواع الحديثة للزواج والطلاق، دار الكتاب الحديث، القاهرة، مصر، سنة 1430 هـ - 2010 م، ص.135.

³ - أنظر، عبد الرحيم صالح، انعقاد الزواج بالبريد الإلكتروني، دراسة مقارنة بين الفقه الإسلامي والقانون الجزائري، مجلة دفاتر السياسة و القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، جوان 2012، العدد 07، ص.189-190.

⁴ - أماني علي متولي، الضوابط القانونية والشرعية...، المرجع السابق، ص.135.

والقبول، وأن يكون طرفا العقد حاضرين في مجلس العقد¹؛ وذلك لمراعاة ما هو أولى وأحوط وأنسب لمقاصد الزواج، وتحقيق التعارف، وتوثيق الحقوق وصيانتها².

ولو قمنا بتعريف الانترنت فلا بد لنا أن نقوله أنه لقد شهد النصف الثاني من القرن العشرين انفجارا في حاضرة شبكة الانترنت على المستوى العالمي، ولعل ما يؤكد ذلك، الإشارة مثلا إلى ارتفاع عدد مستخدمي الشبكة، ففي سنة 2006 وصل العدد 694 مليون مستخدم للانترنت في العالم،

و حاليا قفز الرقم إلى أكثر من مليار مستخدم حسبما أوردته دراسة لشركة "كوسمور" الأمريكية المتخصصة في الدراسات التكنولوجية³.

لهذا الأجدد بنا أن نحدد تعريفا للانترنت: كلمة الانترنت هي كلمة انجليزية الأصل مركبة من كلمتين (Inter-Net)، (Inter) و تعني البيئة والاتصال، أما (Net) فتعني الشبكة، ففي المعنى الأول الشبكة الوحيدة، وكلا المعنيين، إلا أنها ليست الشبكة الوحيدة، بل الواقع يؤكد أنها شبكة تربط بين الشبكات المتعددة؛ لهذا يطلق عليها لفظ شبكة الشبكات⁴.

كما يطلق عليها لفظ (WAN) أي الشبكة الواسعة المدى (Wide Area NetWork)، و تعتبر الانترنت شبكة كوكبية لكل الشبكات تساهم في الربط بينها، وتعد مصدرا مشتركا للتعارف وتبادل المعلومات والمعرفة. فالانترنت اسم لنظام ضخم منتشر حول العالم، وهو المحرك الرئيسي للعولمة والمجسد الفعلي لمفهوم القرية الإجمالية (الكوكبية)⁵.

¹ - أنظر، علاء الدين الكاساني، بدائع الصنائع في ترتيب الشرائع، ج.2، دار الكتاب العربي، بيروت، لبنان، سنة 1982، ص.229؛ عبد الرؤوف المناوي، الدريد حاشية الصاوي على الشرح الصغير، ج.1، دار إحياء السنة، القاهرة، مصر، د.س.ن، ص.282.

² - أنظر، محمد كمال الدين إمام و جابر عبد الهادي سالم الشافعي، مسائل الأحوال الشخصية الخاصة بالزواج والفرقة وحقوق الأولاد في الفقه والقانون والقضاء، منشورات الحلبي، سنة 2003، ص.35.

³ - أنظر، زين ميلوي، نحو تجسيد قواعد الحكومة الإلكترونية، مجلة الفقه والقانون المغربية، فبراير 2014، العدد 18، ص.142؛ زين عبد الهادي، خطوات علمية لتركيز الحكومة في العالم العربي، مداخلة لرئيس الاتحاد العربي للمعلومات، ص.13.

⁴ - أنظر، أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2005، ص.16-17؛ زين ميلوي، نحو تجسيد قواعد الحكومة الإلكترونية، المرجع السابق، ص.143؛ أنظر أيضا، DELMAS، INTERNET COMMERCE ELECTRONIQUE، LIONNEL BOCHURBERG، 2eme édition، 2001، p.09

⁵ - أنظر، نبيل علي، الثقافة العربية في عصر المعلومات، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2001، ص.92.

وتوصف شبكة الانترنت كذلك: بالغابة الكثيفة من مراكز تبادل المعلومات التي تخزن، وتستقبل وتبث جميع أنواع المعلومات في شتى فروع المعرفة، وفي كافة جوانب الحياة¹.

ولهذا أصبح التعاقد بالانترنت همزة وصل بين الشعوب، وقد ازدادت أهمية التعاقد بالانترنت مع التقدم التكنولوجي الكبير²، سواء من هذه العقود ما يتعلق بأحكام هذه المعاملات كالتجارة.

وقد عرفت المادة الثانية من التوجيه الأوروبي الصادر في 20 ماي 1997، والمتعلق بحماية المستهلك في العقود المبرمة عن بُعد، بأنه: "أي عقد متعلق بالسلع والخدمات يتم إبرامه بين مورد ومستهلك، من خلال الإطار التنظيمي الخاص بالبيع عن بعد، أو تقديم الخدمات التي ينظمها المورد، والذي يتم باستخدام واحدة أو أكثر من وسائل الاتصال الإلكترونية حتى إتمام التعاقد"³.

ولما كان العقد الإلكتروني يتم بواسطة وسائل الاتصال الإلكترونية عن بُعد؛ فقد عرفها هذا التوجيه الأوروبي بأنها: "أية وسيلة تستخدم في التعاقد ما بين المورد والمستهلك دون التواجد المادي والمتزامن لهما، وذلك حتى إتمام التعاقد بين الأطراف"⁴.

كما عرّف جانب من الفقه، أن العقد الإلكتروني هو: "كل بيع لمال أو أداء خدمة يبرم دون الحضور المادي المتلاقي للأطراف بين المستهلك والمهني، اللذين يستخدمان لإبرام هذا العقد، على سبيل الحصر وسيلة أو أكثر من وسائل الاتصال عن بعد"⁵.

هذا جل ما يمكن أن يقال عن حقيقة التعاقد الإلكتروني عن بعد، ولنا أن نتساءل عن أهمية الإلتزام بالإعلام في هذا النوع من العقود؟، وهو ما سنبينه في النقطة الموالية.

ثانياً - أهمية الإلتزام بالإعلام في التعاقد الإلكتروني:

¹ - أنظر، معوان مصطفى، التجارة الإلكترونية ومكافحة الجريمة المعلوماتية، دار الكتاب الحديث، القاهرة، مصر، 2009، ص.24-25.

² - أنظر، سليمان مراد فاروق، مقدمة إلى الانترنت، ط.1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، د.ب.ن، 2001، ص.19.

³ - أنظر، كسال سامية، أهمية الإلتزام بالإعلام في حماية المستهلك في العقود الإلكترونية، الملتقى الوطني الخامس حول أثر التحولات الاقتصادية على تعديل قانون حماية المستهلك، جامعة الشلف، يومي 5 و 6 ديسمبر، سنة 2012، ص.2.

⁴ - أنظر، خالد ممدوح، خصائص العقد الإلكتروني، مقال منشور على الموقع الإلكتروني: www.kenanaonline.net

⁵ - أنظر، دينا محمود حبال، حماية المستهلك المتعاقد عن بعد، ج.1، بحث علمي قانوني مقدم لنيل لقب أستاذة في المحاماة، منتدى محامي سوريا، الجمهورية العربية السورية، سنة 2007، منشور على الموقع الإلكتروني: www.startimes.com

على الرغم من تميز الوسائل الإلكترونية بالسرعة في المعاملات والتقليل من مشقة الانتقال ونفقات السفر، إلا أنها لا تسمح للطرفين المتعاقدين بالتعرف ببعضهما البعض بشكل أوضح، ولا توفر الثقة في حالة التفاوض وجها لوجه؛ مما يثير القلق والغموض وعدم التيقن بالنسبة للجوانب العملية التعاقدية خاصة فيما يتعلق بالتأكد من شخصية المتعاقد إن كان هو المقصود أو لا، والبحث والتيقن من أهليته، كما يثير التساؤلات في مرحلة التفاوض حول مدى حقيقة وجود البضاعة أو الخدمة، ومدى مشروعية ما يقدم في الموقع من حيث ملكية مواده ذات الطبيعة المعنوية كالملكية الفكرية نظرا لكثرة الاحتمالات الواقعة على المواقع الوهمية أو المحتوى غير المشروع من المنتجات والخدمات المعروضة.¹

ولهذا لا بد من تحقيق المساواة في العلم بين المتعاقدين من خلال تحقيق الرضاء السليم الواعي والمستنير؛ ذلك أن التفاوت ربما ناتج عن التقدم التكنولوجي الكبير وما نتج عن ذلك من انتشار وسائل الاتصال الحديثة، والتي أظهرت أنواع كثيرة من السلع والمنتجات أدى إلى التفاوت في العلم والمعرفة الفنية، وإخلال ميزان المعرفة لصالح الحرفي أو المهني؛ لذلك أكد الفقه أن رضاء المتعاقد لا يكون مستنيرا بصورة كافية إلا عندما تتحقق لديه المعرفة الكاملة بجميع العناصر المتصلة بموضوع التعاقد أثناء التفاوض الإلكتروني.²

إن الأهمية والهدف من وجود الالتزام بالإعلام قبل التعاقد أن نظرية عيوب الرضاء ونظرية ضمان العيوب الخفية وكذلك نظرية ضمان التعرض والاستحقاق ، قد لا توفر للمستهلك الحماية الكافية ، حيث يصعب على المستهلك إثبات وقوعه في الغلط حول صفة جوهرية من الشيء المباع، في حين يكفي المستهلك لكي يستفيد من الحماية التي يكفلها الالتزام بالإعلام قبل التعاقد أن يثبت أن ثمة معلومات جوهرية متصلة بالمبيع ويعلمها البائع، ورغم ذلك كتمه إياها أو كذب عليه رغم علمه بأهمية هذه المعلومات بالنسبة للمستهلك.³

¹ - أنظر، نور الدين ناصري، الالتزام بالإعلام في المجال الإلكتروني، مجلة الفقه والقانون، جويلية 2011، www.majalah.new.ma؛ كسال سامية، أهمية الالتزام بالإعلام في حماية المستهلك في العقود الإلكترونية، ص.07.

² - أنظر، السيد محمد السيد محمد عمران، الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد عبر شبكة الانترنت، منتدى الأوراس القانوني، 15 مارس 2010: www.sciencesjuridiques.ahlamontada.com

³ - أنظر، كسال سامية، أهمية الالتزام بالإعلام في حماية المستهلك في العقود الإلكترونية، المرجع السابق، ص.08.

كما أن تبادل التعبير عن الإرادة عبر شبكة الانترنت مع الغياب المادي للمتعاقدين، وهما حاضرين من حيث الزمان وغائبين من حيث المكان، فإن هذا الأمر لن يسمح للمتعاقد من التحقق بعينه من أهلية وصفة المتعاقد الآخر، كما أن إبرام العقود عبر الخدمات الإلكترونية، يفرض على الطرف القوي من حيث الدراية والعلم قبل إبرام العقد التزاما بإعلام الطرف الضعيف من حيث المعلومات الجوهرية.¹

هذا جل ما يمكن أن يقال عن حقيقة العقد الإلكتروني ومدى أهمية إعلام المستهلك فيه، فما هو الحال بالنسبة لأثر الإخلال بالالتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية ومدى حماية المشرع للمستهلك في هذه الحالة؟. وهذا ما سنبينه في المبحث الموالي.

المبحث الثاني:

أثر الإخلال بالالتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية ومدى حماية المشرع للمستهلك في هذه الحالة

سنتكلم في هذا المبحث عن أثر الإخلال بالالتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية (أولا)، وعن مدى حماية المشرع الجزائري للمستهلك في حالة الإخلال بالالتزام بإعلامه (ثانيا).

أولا- أثر الإخلال بالالتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية:

إن تنفيذ الالتزام بالإعلام يتم بتقديم معلومات صحيحة وكافية للمستهلك في وقت كاف قبل إبرام العقد، ولذلك فإن تقديم معلومات سواء كانت غير صحيحة أو غير كافية عن محل العقد، والتي دفعت بالمستهلك إلى التعاقد بناء على هذه المعلومات، يعتبر إخلالا بالالتزام بتقديم بيانات أو معلومات، كما أن سكوت البائع أو المورد عن تقديم هذه المعلومات يؤدي إلى إصدار إرادة معيبة من قبل المستهلك؛ بسبب وقوعه في تدليس، ذلك لأنه لو علم بالمعلومات الخاصة بالمنتج لما أقدم على التعاقد، فقد نصت الفقرة الثانية من المادة 86 من التقنين المدني الجزائري على أنه: "ويعتبر

¹ - أنظر، كسال سامية، أهمية الإلتزام بالإعلام في حماية المستهلك في العقود الإلكترونية، المرجع السابق، ص.08.

تدليسا السكوت عمدا عن واقعة أو ملابسة إذا ثبت أن المدلس عليه ما كان ليبرم العقد لو علم بتلك الواقعة أو هذه الملابسة".

فيشكل السكوت تدليسا إذا اكتفى المنتج بالصمت وإخفاء ما يعلمه عن حقيقة المنتج، مع علمه بأن هذه المعلومات جوهرية في ذهن المتعاقد الآخر، لو علمها لما أقدم على التعاقد، ولما قبل شروط العقد.¹

ولنا أن نتساءل عن موقف المشرع الجزائري في حالة الإخلال بالتزام البائع على الانترنت بإعلام المستهلك ، وهو ما سيتم تبيانه في النقطة الموالية.

ثانيا: مدى حماية المشرع الجزائري للمستهلك في حالة الإخلال بالتزام بإعلامه:

لقد نص المشرع الجزائري على ضرورة التزام البائع بإعلام المستهلك بالمبيع علما كافيا في نص المادة 352 الفقرة الأولى من القانون المدني التي تنص على أنه: "يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا ويعتبر العلم كافيا إذا اشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه".

فعلى البائع أن يصرح بحقيقة المبيع ويصفه وصفا نافيا للجهالة، كما يجب أن يكون كافيا لأن يرسم الشيء في ذهن المشتري رسما يغني عن كل لبس أو جهالة.²

كما نص قانون حماية المستهلك على الالتزام بالإعلام في المادة 17 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش لسنة 2009³ على ما يلي: " يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم أو بأية وسيلة أخرى مناسبة".

والمحل في عقد الاستهلاك الإلكتروني يكون معينا عن طريق وصف المنتج أو الخدمة وصفا مانعا للجهالة على شاشة الحاسوب عبر شبكة الانترنت، أو غيرها من وسائل الاتصال

¹ - أنظر، عمر خالد زريقات، عقود التجارة الإلكترونية عقد البيع عبر الانترنت، دراسة تحليلية، دار الراجحة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، سنة، 2007، ص.198.

² - أنظر، كسال سامية، أهمية الالتزام بالإعلام في حماية المستهلك في العقود الإلكترونية، المرجع السابق، ص.08.

³ - وهو القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية العدد 15 الصادر في 8 مارس سنة 2009.

الإلكترونية ، فالحق في الإعلام بخصائص وصفات المنتج هو من الالتزامات المفروضة على المورد أو البائع تجاه المستهلك.¹ فالإعلام يجب أن يتعلق بكل المعلومات المتعلقة بصفة جوهرية خاصة بالشيء محل التعاقد.²

إلا أن الإشكال يكمن في أن المشرع الجزائري لم يحدد الوسيلة الأخرى المناسبة للإعلام ما عدا وسيلة الوسم في المادة 17 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش لسنة 2009، فما هي الوسيلة المناسبة للإعلام في العقد الإلكتروني؟

إن إبرام العقد الإلكتروني لا يتعلق بإعلام المستهلك بتبصيره بصفات المبيع، وإنما يمتد أيضا إلى ما يسمى بمعاينة السلعة، ويتم المعاينة عن طريق الكتالوج أو الدليل الإلكتروني الموجود على موقع الإنترنت، وهذا حتى يستطيع المستهلك من خلاله مشاهدة السلع والمنتجات ويتضمن الدليل مجموعة من المعلومات والبيانات اللازمة لعملية التعاقد، مثل: اسم الشركة، ومقرها الرئيسي، وعنوان بريدھا الخاص، ومنتجاتها وأسعارها، ومصاريف الشحن، والرسوم الجمركية، والضرائب ، وميعاد التسليم، وغير ذلك من البيانات المهمة.³

خاتمة:

ومن خلال بحثنا، استنتجنا أنه بالرغم من شيوع استخدام تقنيات المعلومات والاتصالات عن بُعد، في إبرام العقود الإلكترونية وتنفيذها عبر شبكة الإنترنت، لم يخصص المشرع الجزائري في التشريعات الخاصة بحماية المستهلك مواد قانونية خاصة بحماية المستهلك الذي يبرم العقود الإلكترونية، وهذا على خلاف بعض التشريعات العربية السبّاقة إلى تنظيم مثل هذه النصوص القانونية، كالتشريع التونسي لسنة 2000 والتشريع اللبناني لسنة 2004 والتشريع القطري لسنة 2008 .

¹ - أنظر، كسال سامية، أهمية الإلتزام بالإعلام في حماية المستهلك في العقود الإلكترونية، المرجع السابق، ص.09.

² - أنظر، كسال سامية، أهمية الإلتزام بالإعلام في حماية المستهلك في العقود الإلكترونية، نفس المرجع. ص.09.

³ - أنظر، أسامة أبو الحسن مجاهد، خصوصية التعاقد عبر النت، دار النهضة العربية، مصر، سنة 2000، ص.31.

⁴ - أنظر، كسال سامية، أهمية الإلتزام بالإعلام في حماية المستهلك في العقود الإلكترونية، المرجع السابق، ص.13-14.

ونظرا لأهمية حماية المستهلك عند تعامله بالعقود الالكترونية اقترحنا على المشرع الجزائري القيام بما يلي:

- تنظيم نصوص قانونية خاصة بحماية المستهلك الالكتروني، وتأخذ فيها بعين الاعتبار الخبرات الدولية والإقليمية.

- الاعتراف القانوني بالعقود الإلكترونية نظرا لشيوعها ونظرا للطابع الدولي لها.

- حل إشكالية استخدام أنظمة الرسائل المعلوماتية في تكوين العقود، فالمشرع الجزائري اكتفى بالنص على الإثبات الالكتروني والتوقيع الالكتروني.

- تحديد المعلومات الواجب تقديمها للمستهلك الإلكتروني وتحديد كيفية إجراء الطلبية.

- النص بنص صريح على حق المستهلك في العدول عن طلبه ومسؤولية المورد في ذلك.

- تحديد كيفية حل المنازعات المتعلقة بالعقود الالكترونية سواء منها القضائية أو غير القضائية.

وفي الأخير نقول أن نجاح النظام القانوني مرهون بمدى استجابته لأصداء التطور الذي يمر به المجتمع، إما من خلال مواجهة مستجداته، أو عبر تطوير المفاهيم والمبادئ القائمة مع المرونة في تطبيقها، خاصة وأن التطور الذي أحدثته تكنولوجيات المعلوماتية، يجعل العالم على أعتاب مرحلة جديدة تكون فيها الغلبة للمجتمع المعلوماتي على غرار الثورة الصناعية، فقد أصبحت الوسائل الالكترونية طرفا في إبرام العقود التي أصبحت جُلها تتسم بالطابع الإلكتروني.

لها فمن الضروري وضع تشريع ينظم خصوصيات التجارة والمعاملات الالكترونية من كل جوانبها، مع تحديد مفهوم المعلومة ومراكز الأطراف فيها، وحماية الطرف الضعيف في مثل هذه المعاملات وهو المتصل بالشبكة المعلوماتية باعتباره مستهلكا للمنتجات التي تعرض بشكل إلكتروني، وهذا ربما قد يشكل حماية أكبر للمستهلك الذي غالبا ما يكون طرفا ضعيفا في مثل هذه المعاملات الإلكترونية.

تم بحمد الله وقدرته.

قائمة المراجع:

- 1- أماني علي متولي، الضوابط القانونية والشرعية والمشكلات العلمية لأنواع الحديثة للزواج والطلاق، دار الكتاب الحديث، القاهرة، مصر، سنة 1430 هـ - 2010 م.
- 2- عبد الرحيم صالح، انعقاد الزواج بالبريد الإلكتروني، دراسة مقارنة بين الفقه الإسلامي والقانون الجزائري، مجلة دفاتر السياسة و القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، جوان 2012، العدد 07 .
- 3- علاء الدين الكاساني، بدائع الصنائع في ترتيب الشرائع، ج.2، دار الكتاب العربي، بيروت، لبنان، سنة 1982 .
- 4- عبد الرؤوف المناوي، الدردير حاشية الصاوي على الشرح الصغير، ج.1، دار إحياء السنة، القاهرة، مصر، د.س.ن.
- 5 - محمد كمال الدين إمام و جابر عبد الهادي سالم الشافعي، مسائل الأحوال الشخصية الخاصة بالزواج والفرقة وحقوق الأولاد في الفقه والقانون والقضاء، منشورات الحلبي، سنة 2003 .
- 6- زين ميلوى، نحو تجسيد قواعد الحكومة الإلكترونية، مجلة الفقه والقانون المغربية، فبراير 2014، العدد 18..
- 7- زين عبد الهادي، خطوات علمية لتركيز الحكومة في العالم العربي، مداخلة لرئيس الاتحاد العربي للمعلومات.
- 8- أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2005، ص.16-17.
- 9- نبيل علي، الثقافة العربية في عصر المعلومات، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2001 .
- 10- معوان مصطفى، التجارة الإلكترونية ومكافحة الجريمة المعلوماتية، دار الكتاب الحديث، القاهرة، مصر، 2009 .

11- سليمان مراد فاروق، مقدمة إلى الانترنت، ط.1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، د.ب.ن، 2001 .

كسال سامية، أهمية الإلتزام بالإعلام في حماية المستهلك في العقود الإلكترونية، الملتقى الوطني الخامس حول أثر التحولات الاقتصادية على تعديل قانون حماية المستهلك ، جامعة الشلف، يومي 5 و 6 ديسمبر، سنة 2012 .

12- خالد ممدوح، خصائص العقد الإلكتروني، مقال منشور على الموقع الإلكتروني:

www.kenanaonline.net

13- دينا محمود حبال، حماية المستهلك المتعاقد عن بعد، ج.1، بحث علمي قانوني مقدم لنيل لقب أستاذة في المحاماة، منتدى محامي سوريا، الجمهورية العربية السورية، سنة 2007، منشور على الموقع الإلكتروني: www.startimes.com

14- نور الدين ناصري، الإلتزام بالإعلام في المجال الإلكتروني، مجلة الفقه والقانون، جويلية 2011، www.majalah.new.ma.

15- السيد محمد السيد محمد عمران، الإلتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد عبر شبكة الانترنت، منتدى الأوراس القانوني، 15 مارس 2010: www.sciencesjuridiques.ahlamontada.com

16- عمر خالد زريقات، عقود التجارة الإلكترونية عقد البيع عبر الانترنت، دراسة تحليلية، دار الولاية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، سنة، 2007 .

17- القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية العدد 15 الصادر في 8 مارس سنة 2009.

18- أسامة أبو الحسن مجاهد، خصوصية التعاقد عبر الانترنت، دار النهضة العربية، مصر، سنة 2000.

20- LIONNEL BOCHURBERG, INTERNET COMMERCE

.ELECTRONIQUE, DELMAS, 2eme édition, 2001.