

الالتزام بالإعلام الإلكتروني ودوره في حماية المستهلك غادة أبوبكر صالح عبد العاطي بوكيلة - كلية القانون - جامعة عمر المختار

الملخص:

أدى تطوّر تكنولوجيا المعلومات إلى تطوّر نظم وعمليات التعاقد المختلفة بين الأفراد عبر الإنترنت، فظهرت على إثر ذلك عقود التجارة الإلكترونية التي نشأت بدورها نتيجة لعمليات التجارة الإلكترونية، ولا شك أن الثقة تعتبر هي العامل الأساسي والميسر لكافة العلاقات والتبادلات التجارية بين الجهات الفاعلة، وقد وصفها بعض المفكرين الاقتصاديين بأنها : المعيار الحاسم والمتطلب للنمو والتطوّر الاقتصادي، كما اعتبرها بعضهم آلية ضرورية للحدّ من التعقيد، وبالنسبة للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية فالثقة ضرورية في مواجهة العروض المحتملة على شبكة الإنترنت، فهذه البيئة الإلكترونية هي التي تجعل للعقد الذي يبرمه المستهلك ذاتية خاصة، ولأنه عقد يبرم عن بعد، فمن الوارد أن يجهل المستهلك نطاق التزاماته و تعهداته، بل أكثر من ذلك فهو في الحقيقة يجهل حتى مع من يتعاقد، فيتوجه الأطراف إلى التعاقد بإمام بسيط لا يتعدى ما تمنحه أو تسمح به التقنيات التي يملكها، من هذا المنطلق يستوجب الإقبال على التعاقد في مجال التجارة الإلكترونية توافر الثقة بين الأطراف، ولعل الالتزام بإعلام المستهلك يوفر له نوعاً من الاطمئنان والأمان، سواء تعلق بالطرف الذي يتعاقد معه أو محل التعاقد، وعليه يعتبر الالتزام بالإعلام الإلكتروني وجه من أوجه التنسيق بين المتعاقدين، وإشارة دالة على التعاون بين الأطراف، ومن أهم الضرورات العملية التي أدت إلى وجود الالتزام بالإعلام الإلكتروني.

الكلمات المفتاحية : تكنولوجيا المعلومات - الثقة - التجارة الإلكترونية.

Commitment To Electronic Media And Its Role In Consumer Protection

Abstract in Arabic:

The development of information technology has led to the development of various contracting systems and processes between individuals via the Internet. As a result,

e-commerce contracts appeared which arose as a result of e-commerce operations. There is no doubt that trust is the main factor and facilitator for all commercial relations and exchanges between actors, and he described them. Some economic thinkers consider it the decisive and required criterion for economic growth and development, as some considered it a necessary mechanism to reduce complexity, and for the consumer in e-commerce contracts, trust is necessary in the face of potential offers on the Internet. A contract concluded from a distance. It is possible for the consumer to be ignorant of the scope of his obligations and commitments, but more than that, in fact, he is ignorant even with whom he is contracting. The parties go to the contract with a simple knowledge that does not exceed what is granted or allowed by the technologies they own. From this point of view, the demand for contracting in the field of e-commerce requires trust between the parties, and perhaps the obligation to inform the consumer provides him with a kind of reassurance and safety, whether related to the party contracting With him or the subject of the contract, and accordingly, the commitment to electronic media is one of the aspects of coordination between the contracting parties, and an indication of cooperation between the parties.

Key-words: information technology - trust - e-commerce .

المقدمة:

انعكس التطور التكنولوجي في شبكة الاتصالات الإلكترونية العالمية، على كافة وسائل التواصل والاتصال والتفاعل الدائم بين الأفراد، وفي مجال التجارة الإلكترونية، اكتسب شبكة الإنترنت أهمية خاصة بين طرفي التعاقد؛ لما تمتاز به، وتحققه من سرعة وسهولة الاتصال بين المتعاملين، ولأنها لا تعرف الحدود والقيود، فقد وجد فيها أصحاب الحرفة والمهن ضالتهن المنشودة؛ حيث شاع وانتشر التعامل عبر هذه الشبكة (1)، وبسبب ما تتميز به الشبكة من قدرة على الاتصال من خلال خدماتها ومواقع الويب أمكن إجراء العديد من العقود؛ كعقود البيع المختلفة، والإيجار، والشركة، والقروض، وعقود تقديم الخدمات، ومع ازدياد وتيرة المستخدم لشبكة الإنترنت في التعاملات التجارية أصبحت التجارة الإلكترونية واقعاً يفرض نفسه على صعيد التجارة والتعاملات اليومية، ونظراً لانتشار ظاهرة التسوق عبر شبكة الإنترنت من جهة، وظهور التكتلات الاقتصادية الكبيرة في السوق الإلكترونية من جهة أخرى، تنبته العديد من الدول للإسراع في وضع تشريعات تقوم على حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، فوجد القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية - الصادر عن لجنة

الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي، كذلك جهود الاتحاد الأوروبي - من خلال مختلف التوجيهات، التي نجد على رأسها التوجيه رقم 97-07 الصادر في 1997/5/2م عن البرلمان الأوروبي، والمتعلق بالتعاقد عن بعد، وحماية المستهلك في هذا المجال (2) - انتهت بفرض مجموعة من الالتزامات على عاتق المنتج (المهني، المتدخل، البائع) باعتباره الطرف الأقوى في العلاقة التعاقدية؛ تحقيقاً لمصلحة الطرف الأضعف (المستهلك)؛ ومن بين هذه الالتزامات التي فرضتها الالتزام بالإعلام .

إشكالية البحث وتساؤلاته :

إن كان الالتزام بالإعلام بالعقد الإلكتروني أمر ضروري في العقود الإلكترونية، إلا أن التشريعات الخاصة بالتجارة الإلكترونية لم تتطرق إليه، أو لم تفصل في تنظيمه، فضلاً عن أن القوانين المدنية لم تبحث في مثل هذا الالتزام، وحتى التشريعات الخاصة بالتجارة الإلكترونية لم تعمل على تحديد مضمون هذا الالتزام بشكل واضح، بالإضافة إلى أن تحديد الجزاء المترتب على الإخلال بهذا الالتزام من جانب المدين به يحتاج لدراسة نعمل من خلالها على توضيح مفهوم الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني، محددين الجزاء الذي يمكن أن يترتب على مخالفته، مع غياب النص الصريح الواضح الذي يحدد الأثر المترتب على مخالفة الإعلام في العقد الإلكتروني؛ لذا سنحاول من خلال هذه الدراسة البحث في الالتزام بالإعلام فيما قبل التعاقد الإلكتروني كآلية لحماية المستهلك، ومن هنا يثار التساؤل :

هل فطن المشرع بوضع قواعد قانونية تكفل حماية المستهلك في مرحلة ما قبل التعاقد الإلكتروني؟ وهل رتب جزاءات في حالة الإخلال بها؟

هدف البحث:

يهدف الالتزام بالإعلام إلى إحاطة المستهلك بجميع المعلومات المتعلقة بالسلعة، أو الخدمة من قبل المنتج، وهذه المعلومات تشمل كل ما يتوقّر لديه من بيانات، سواء ما يتعلق بالحفظ، أو الصيانة للمنتج، أو الطريقة السليمة لاستعماله، أو بيان المخاطر الكامنة فيه، والاحتياطات الواجب إتباعها للوقاية من المخاطر، وتبرز أهمية الالتزام بالإعلام بشكل أكبر في التعاقد الإلكتروني الذي يتم عن بعد، ولهذا السبب ظهرت - حديثاً - حماية جديدة للمستهلك الإلكتروني، وبرز الالتزام بالإعلام

في مقدمة هذه الحماية حيث صار ضرورة للمستهلك لا غنى له عنه، وواجب على المهني يفرضه القانون، ويرتب على مخالفته المسؤولية.

أهمية البحث:

إن الالتزام بالإعلام له أهمية كبيرة في مجال عقود الاستهلاك، فهو يشكل الحماية الحقيقية للمستهلك الإلكتروني، وذلك من خلال إعادة المساواة في العلم بين طرفي العقد، مما يتيح للمستهلك التعاقد بإرادة سليمة.

منهجية البحث:

اعتمدت في إعداد هذه الدراسة بصفة أساسية على المنهج التحليلي الاستقرائي باستجلاء بعض نصوص قانون التجارة الإلكتروني الليبي (قانون المعاملات الإلكترونية) لسنة 2001م.

خطة البحث:

ينقسم هذا البحث إلى مطلبين؛ هما:

المطلب الأول- ماهية الالتزام بالإعلام الإلكتروني. الفرع الأول- مفهوم الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني، والفرع الثاني: مبررات نشوء الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني. والمطلب الثاني: مضمون الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني، وجزاء الإخلال به. الفرع الأول: مضمون الالتزام بالإعلام الإلكتروني. الفرع الثاني: جزاء الإخلال بالالتزام قبل التعاقد الإلكتروني.

المطلب الأول - ماهية الالتزام بالإعلام الإلكتروني

لا شك أن للالتزام بالإعلام الإلكتروني أهمية خاصة في مجال التجارة الإلكترونية، فمثل هذه العقد يعتبر من ضمن سلسلة العقود التي تتم عن بعد، لأن تبادل المعلومات والبيانات فيه يتم عن بعد، والمستهلك ليس على تواصل مكاني مباشر مع المنتج، لذا يريد التعرف على كل البيانات والمعلومات الخاصة بالسلعة أو الخدمة المعروضة على الشبكة، والتي يتم التعاقد عليها غالباً عن طريق عرضها في الموقع الإلكتروني web-site ومن هنا تظهر أهمية الالتزام بالإعلام في العقود التي تتم عبر الإنترنت، وتنص المادة: (27) من قانون التجارة الليبي على أن: "أ- يعتبر السجل الإلكتروني، والعقد الإلكتروني، والرسالة الإلكترونية، والتوقيع الإلكتروني منتجاً للأثار القانونية ذاتها المترتبة على الوثائق والمستندات الخطية، والتوقيع الخطي بموجب أحكام

التشريعات النافذة من حيث إلزامها لأطرافها أو صلاحيتها في الإثبات" (3) ؛ ولكن لبيان ذلك بدءاً علينا أن نتناول مفهوم الالتزام بالإعلام الإلكتروني من جهة، وكذلك مبررات نشوء الالتزام بالإعلام الإلكتروني من جهة أخرى، وذلك في الفرعين الآتيين:

الفرع الأول- مفهوم الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني.

الفرع الثاني- مبررات نشوء الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني.

الفرع الأول- مفهوم الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني:

تعددت المصطلحات التي استخدمها الفقهاء لبيان الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، فعبرت عن الإدلاء بالبيانات بالإخبار، والإفشاء، والتبصير، والإفصاح، والإعلام؛ ولكن المصطلح الغالب والأدق من بين هذه المصطلحات هو الإعلام؛ لأن الإعلام في اللغة هو تحصيل حقيقة الشيء أي معرفته. والواقع أننا لم نجد نصاً قانونياً يحدد معنى الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني؛ لذا سنحاول توضيح مثل هذا التعريف من وجهة نظر الفقه؛ حيث عرف البعض الالتزام بالإعلام الإلكتروني بأنه التزام ما قبل التعاقد للإدلاء بالمعلومات والبيانات، وببدو أن مثل هذا التعريف عام، وفيه نوع من الإطلاق؛ حيث يحتاج إلى تحديد أكثر لمفهوم الالتزام بالإعلام، وماهية المعلومات والبيانات التي يلزم بها المدين بهذا الالتزام. وعرفه البعض بأنه: "التزام المنتج أو المهني بوضع المستهلك في مأمن من مخاطر المنتج المسلم له، سواء أكانت سلعة أو خدمة، وهو ما يتطلب أن يبين المنتج أو المهني للمستهلك كل المخاطر التي تكون مرتبطة بالملكية العادية للشيء المسلم له" (4).

يعد هذا التعريف منتقد كذلك؛ حيث إنه ركز على فكرة الخطر التي قد يتسم بها محل العقد من سلعة أو خدمة، فجعل محور الالتزام بالإعلام متعلق فقط بالمنتجات الخطرة، وكيفية حماية المستهلك من خطورة تلك المنتجات، وهذا غير صحيح؛ حيث إن الالتزام بالإعلام يتعلق بأمور متعددة كتحديد شخصية المنتج ومواصفات محل العقد واستعمالاته، وكل ما يؤثر في رضا المستهلك في ذلك العقد، ومن ضمنها - بالطبع - مدى الخطورة (5) ، وعرفه آخرون بأنه : "التزام ينشأ في المرحلة السابقة على التعاقد، وبموجبه يعلم البائع المشتري بكل ما يمكن أن يؤثر على قراره في إبرام العقد من عدمه؛ وذلك ليصدر رضا حر من جانب المستهلك". يعاب على هذا

التعريف انه ركز على عقد البيع بقوله: (يعلم البائع المشتري) فالالتزام بالإعلام لا يقتصر على عقد البيع، وإنما أي عقد يرد على سلعة أو خدمة أو عمل معين، فلا يمكن حصر التعريف بعقد البيع دون سواه، والالتزام بالإعلام يوقع على المدين التزاماً بأعلام المستهلك(6) في ظروف التعاقد، إعلماً صحيحاً وصادقاً، بكافة المعلومات الجوهرية المتعلقة بالعقد المراد إبرامه، والتي يعجز عن الإحاطة بها بوسائله الخاصة ليبنى بها رضاه عن العقد (7) ، وعرف بعض فقهاء القانون الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد في العقود التقليدية بأنه: "التزام سابق على التعاقد يتعلق بالتزام أحد المتعاقدين بأن يقدم للمتعاقد الآخر - عند تكوين العقد - البيانات اللازمة؛ لإيجاد رضا سليم كامل منتور على علم بالتفاصيل الكافية لهذا العقد"، وذلك بسبب ظروف واعتبارات معينة، قد ترجع إلى طبيعة هذا العقد، أو صفة أحد طرفيه، أو طبيعة محله، أو أي اعتبار آخر يجعل من المستحيل على أحدهم أن يلم ببيانات معينة، أو يحتم عليه منح ثقة مشروعة للطرف الآخر، الذي يلتزم - بناء على جميع هذه الاعتبارات - بالإدلاء بالبيانات(8) ، وجاء فريق آخر فعرّفه بأنه: "منح المستهلك كل المعلومات اللازمة؛ لمساعدته في اتخاذ القرار بالتعاقد من عدمه"، وهو التزام يقع على عاتق المهني الذي يمد المستهلك بالمعلومات اللازمة لمساعدته في اتخاذ قراره بالتعاقد سلباً أو إيجابياً(9) . وعُرف أيضاً بأنه: "التزام قانوني سابق على إبرام العقد الإلكتروني"، يلتزم بموجبه أحد الطرفين - الذي يملك معلومات جوهرية فيما يخص العقد المزمع إبرامه - بتقديمها بوسائل إلكترونية في الوقت المناسب، وبكل شفافية وأمان للطرف الآخر، الذي لا يمكنه العلم بها بوسائله الخاصة(10) .

قال بعضهم إن الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد هو: "التزام سابق على التعاقد يتعلق بالتزام أحد المتعاقدين"، بأن يقدم للمتعاقد الآخر - عند تكوين العقد - البيانات اللازمة لإيجاد رضا سليم كامل منتور على علم بكافة تفاصيل هذا العقد. إذن الالتزام بالإعلام هو قيام المنتج بتعريف أو تزويد المستهلك بكيفية استعمال السلعة بالشكل الذي يحقق له أقصى مدى من الأهداف التي يبتغيها من اقتنائها، أو البوح للمستهلك بكل ما يجعله على بينة من عيوب الشيء المبيع، وإدراك خصائصه، وكذلك إبراز الاحتياطات التي يجب على المستهلك اتخاذها عند حيازته أو استعماله المنتج(11) .
تجدر الإشارة إلى أن العقد الإلكتروني يكتسب أهمية خاصة؛ ذلك أن أطراف العقد

متباعدون مكانياً، ووسيلة التواصل فيما بينهم هي شبكة الإنترنت، ويتم التعاقد عادةً عبر الشبكة بوسائل متعددة؛ منها: المراسلة عن طريق البريد الإلكتروني (emil)، أو المحادثة (chat) بصورها المتعددة، بالكتابة أو بالصوت والصورة، بحسب ما هو متوافر من وسائل إلكترونية، أو يتم التعاقد عن طريق الإيجاب العام الموجه للجمهور عبر الموقع الإلكتروني (web-site)، وهي الصورة الأهم في التعاقد الإلكتروني؛ ذلك أن المستهلك عند دخوله الموقع الإلكتروني يرى ما هو معروض من سلع وخدمات، وهو لا يعلم أي شيء عنها إلا ما يقدمه له المنتج أو البائع من خلال ذلك الموقع من معلومات، خاصةً وأن أحد أطراف العقد مهني محترف، والطرف الآخر - غالباً - شخص عادي، ليس له دراية كافية بتلك السلعة أو الخدمة، ومن ثم يقع على عاتق المنتج أو البائع أن يوضح للمستهلك - إلكترونياً - كافة البيانات والمعلومات المتعلقة بتلك السلعة أو الخدمة محل العقد، ومثال ذلك: أن يحدد مواصفات تلك السلعة، وطريقة استخدامها، وخواص الاستعمال، ودرجة خطورتها، ووسائل الأمان المتاحة فيها، وكافة المعلومات الأخرى التي تعطي للمستهلك صورة واضحة وكافية عن محل العقد، وتكوّن رضاً صحيحاً. ويجد الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني أساسه في عدم التكافؤ بين طرفي العقد المتفاوض عليه، من حيث العلم بعناصر العقد، وظروفه، مما يلقي على الطرف المحترف - بصفة خاصة - الالتزام بالإدلاء للطرف الآخر بكافة المعلومات والبيانات المتعلقة بالعقد؛ حتى يتصرف على دراية كاملة، ولكي يتسم التفاوض بالوضوح والشفافية وحسن النية (12). ولما كان التعاقد عبر الموقع الإلكتروني لا يرى السلعة المراد شرائها، وإنما يرى صورته معروضة في الموقع لتلك السلعة، وبعض المعلومات عن مواصفاتها، وكيفية إتمام عملية الشراء والسعر والنقل لتلك السلعة إلى المستهلك، فإنه يثار التساؤل عن حكم إعطاء البائع عبر الموقع الإلكتروني بيانات ومعلومات مغلوطة، وغير صحيحة عن تلك السلعة وخصائصها، واستخداماتها، والتي دفعت المتعاقد (المستهلك) إلى إبرام العقد تحت تأثير تلك المعلومات الخاطئة أو القليلة في بعض الأحيان؟ وبالتالي هنا تتضح الأهمية الخاصة للالتزام بالإعلام في العقود التي تتم عن بعد بصورة عامة، والتعاقد عبر شبكة الإنترنت بصفة خاصة، حيث إن مثل تلك المعلومات هي التي تبنى رضا المستهلك وإقدامه على التعاقد عبر شبكة الإنترنت (13).

بناءً على ما سبق يمكن تعريف الالتزام بالإعلام الإلكتروني بأنه: "التزام قانوني سابق على إبرام العقد الإلكتروني، يلتزم بموجبه أحد الطرفين الذي يملك معلومات جوهرية - فيما يخص العقد المزمع إبرامه - بتقديمها بوسائط إلكترونية في الوقت المناسب، وبكل شفافية وأمانة للطرف الآخر، الذي لا يمكنه العلم بها بوسائله الخاص"، و عليه يتضح لنا من خلال التعريفات أن الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد لا يختلف عن الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني من حيث المضمون، إلا أنهما يختلفان فقط من حيث الوسيلة المستعملة في الإعلام، بحيث هذا الأخير (التعاقد الإلكتروني) يتم بوسائط إلكترونية مختلفة.

الفرع الثاني- مبررات نشوء الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني:

ترجع مبررات نشأة الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني إلى تحقيق المساواة في العلم بين المتعاقدين، وإلى إعادة التوازن إلى العقد.

أولاً- تحقيق المساواة في العلم بين المتعاقدين: يمكننا القول بدايةً أن نقول : إن التفاوت وعدم المساواة في العلم بين المتعاقدين من الأسس الجوهرية، وتعمل التقنيات العالية والحديثة على تزايد هذا التفاوت، إلى أن أصبح من المستحيل على المستهلك التعرف على تفاصيل ودقائق السلع المعروضة(14)

إذن المستهلك الإلكتروني - حين يقدم على إبرام العقد - أصبح يفتقر إلى البيانات المعلومات الدقيقة عن أوصاف المنتج محل الطلب، ومدى ملائمتها لرغباته، وكفايتها لإشباع حاجاته؛ لذلك كان لابد من إلقاء التزام على عاتق المورد الإلكتروني بإعلام المستهلك الإلكتروني بهذه المعلومات، وتنويره بكل ما هو ضروري عن السلعة أو الخدمة(15) ؛ لأن الوسائل الإلكترونية التي يبرم بها العقد تؤدي إلى الوقوع في عدة إشكالات، والتي تمثل باجتماعها في النهاية ضغطاً لدى المستهلك حال التعاقد عن بعد، بدايةً من ضغط الدعاية الإلكترونية التي تدفعه إلى الإقبال على التعاقد، إلى الكم الهائل من السلع والخدمات الجديدة التي تفقده تركيزه في الاختيار الأنسب منها؛ لمحدودية خبرته الفنية، ثم رضوخه الضروري لبنود العقد النموذجي، ملزماً بتنفيذها أياً كانت الظروف؛ ليجد المستهلك الإلكتروني نفسه - في نهاية المطاف - قد أبرم عقده دون حاجته الفعلية والماسة إلى ذلك، نتيجة جهله لطرق التعاقد المعقدة، التي يشكل فيها الحلقة الأضعف(16) ، فعدم المساواة في المعرفة بين أطراف العقد تبرر

تقرير الحق في الإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني، الذي يقع على عاتق الطرف القوي صاحب الخبرة (17).

ثانياً- إعادة التوازن إلى العقد: إن عدم المساواة بين المتعاقدين هو أمر قائم، وموجود بالضرورة، بحكم التباين الحتمي بين الأشخاص في الملكات العقلية والإمكانات (18)، غير أن هذا التباين قد زادت هوته، واتسع نطاقه في مجال العقود الإلكترونية؛ نظراً للغيب المادي لأطراف العقد، إذ يعتبر المورد الإلكتروني في عقد الاستهلاك المبرم عبر شبكة الإنترنت في مركز قوة في مواجهة المستهلك؛ وهذا لأنه يملك آليات إدارة السوق الإلكتروني بما يتضح أمامه من المعرفة التامة بخباياه، وبما يتفوق به من مركز اقتصادي، في حين أن المستهلك في موقف ضعيف يسعى للحصول على أفضل المنتجات أو التزود بأحسن أداء للخدمات في أقرب وقت ممكن (19).

عليه فإن للالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني دور كبير ومهم في حماية رضا المستهلك الإلكتروني المتعاقد في بيئة رقمية قائمة على الدعايات والإعلانات المبهرة والمضلة لحقيقة المنتج محل الطلب، والتي تؤثر على إرادته وتدفعه إلى التعاقد، مما يجعل حق الإعلام أمراً مطلوباً في العقود المبرمة عن بعد. ومما تجدر الإشارة إليه أن المشرع الليبي نص في المادة: (8) من قانون المعاملات الإلكترونية على أن:

أ - يستمد السجل الإلكتروني أثره القانوني، ويكون له صفة النسخة الأصلية إذا توافرت فيه مجتمعة الشروط التالية:

1- أن تكون المعلومات الواردة في ذلك السجل قابلة للاحتفاظ بها وتخزينها بحيث يمكن في أي وقت.

2- إمكانية الاحتفاظ بالسجل الإلكتروني بالشكل الذي تم به إنشاؤه أو إرساله أو تسليمه، أو بأي شكل يسهل به إثبات دقة المعلومات التي وردت فيه عند إنشائه أو إرساله أو تسليمه.

3- دلالة المعلومات الواردة في السجل على من ينشئه أو يتسلمه، وتاريخ ووقت إرساله وتسلمه.

ب- لا تطبق الشروط الواردة في الفقرة (أ) من هذه المادة على المعلومات المرافقة

للسجل، التي يكون القصد منها تسهياً إرساله وتسلمه.
ج-يجوز للمنشئ أو المرسل إليه إثبات الشروط الواردة في الفقرة (أ) من هذه المادة بواسطة الغير".

تجدر الإشارة إلى أن هناك من الفقه من يرى أن الأساس القانوني لحق الإعلام يجد مصدره في الحماية التقليدية للطرف المدعى في القانون المدني، إلا أن الرأي الذي عليه غالبية الفقه أن الأساس القانوني لهذا الحق موجود في قانون حماية المستهلك، الذي أصبح يشكل نظرية مستقلة تجعل من المستهلك دائماً الطرف الضعيف الذي لا يملك الخبرة في مواجهة البائع المحترف، مما توجب على هذا الأخير إعلامه مسبقاً بكل المعلومات الضرورية حتى تتوازن الإيرادتين وتتكافأ (20).

المطلب الثاني - مضمون الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني، وجزاء الإخلال به:

تبدو أهمية إعلام المستهلك الإلكتروني بجملة من البيانات في المرحلة السابقة على إبرام العقد الإلكتروني، إذ من شأن هذه البيانات أن تحصنه من الوقوع في عيب من عيوب الرضا، وبالتالي التعاقد برضا سليم، ودراية كاملة وتامة مع من يتعاقد، وحول حقيقة الشيء المتعاقد عليه، وبنود وشروط العقد، وهذا ما يسمى بمضمون الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد، وهو ما سنعالجه في (الفرع الأول)؛ كما ترتب جزاء على الإخلال بهذا المضمون، وهو ما سنراه في (الفرع الثاني)، وذلك على النحو التالي:

الفرع الأول- مضمون الالتزام بالإعلام الإلكتروني.

الفرع الثاني- جزاء الإخلال بالالتزام قبل التعاقد الإلكتروني.

الفرع الأول - مضمون الالتزام بالإعلام الإلكتروني:

يتمثل محل أو مضمون الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني في معرفة المستهلك الإلكتروني لهوية المورد الإلكتروني بالدرجة الأولى، إلى جانب جملة من البيانات التفصيلية لماهية المنتج محل الطلب بالدرجة الثانية، بالإضافة إلى بيان شروط وبنود العقد بالدرجة الثالثة.

أولاً- **تحديد هوية المورد الإلكتروني:** من أهم المشكلات التي تثير قلق المستهلك، بل وقد تحد من إقباله على إبرام عقود التجارة الإلكترونية هي عدم معرفة هوية المورد الإلكتروني؛ لكن تحديد هوية هذا الأخير يحمل المستهلك على الأمان والثقة،

ويدفعه إلى التعاقد (21) ، وفي سبيل تحديد هوية التاجر الإلكتروني فرض على كل تاجر - سواء كان طبيعياً، أو معنوي، ويريد مزاولة التجارة الإلكترونية - أن يقوم بتسجيل نفسه في السجل التجاري، أو في سجل الصناعات الحرفية أو التقليدية، وألزمه بوضع اسم موقعه لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري قبل ممارسة العمل التجاري الإلكتروني، كما أنشأ بطاقة وطنية لدى مصالح المركز الوطني تضم أسماء الموردين الإلكترونيين، على أن تنتشر هذه البطاقة عن طريق الوسائل الإلكترونية؛ لتكون في متناول المستهلك الإلكتروني، للتأكد من هوية المورد الإلكتروني، كما يلتزم المورد الإلكتروني - أثناء تقديمه للعرض التجاري الإلكتروني - أن يذكر رقم التعريف الجبائي (العنوان المادي والإلكتروني)، رقم الهاتف، رقم السجل التجاري، أو رقم البطاقة المهنية للحرفي.

ثانياً- التصريح بالصفات الأساسية لماهية المنتج محل الطلب: تفرض القوانين المنظمة لحماية المستهلك الإلكتروني على البائع - العارض على شبكة الإنترنت - أن يبين وبوضوح على الشاشة الصفات الأساسية للسلعة أو الخدمة المعروضة، وبصفة خاصة الصفات التي تتعلق بالكم والكيف (22) ؛ أو بعبارة أخرى وصف المنتج أو الخدمة محل العقد من جانب المهني وصفاً دقيقاً؛ حتى يتحقق بموجبه علم المستهلك بمحل العقد علماً كافياً نافياً للجهالة(23) . وفي سبيل تمكين المستهلك الإلكتروني من الإقدام على التعاقد، وهو على علم ويقين بتفاصيل الشيء المتعاقد عليه، فإنه أُلقي على عاتق المورد الإلكتروني الالتزام بإعلام المستهلك بكل الخصائص والصفات الأساسية للمنتج، فإن كان محل العقد من السلع المادية فإن وصفها يكون بعرضها على شبكة الإنترنت، وبيان صفاتها كاملة من حيث الحجم والوزن ودرجة الجودة، إلى جانب عرض صورها، أما إذا كان محل العقد غير مادي كبرامج الحاسب الآلي الإلكتروني، فإن وصفه يكون من خلال بيان حجم البرنامج ونظام التشغيل والتجهيزات المطلوبة لتشغيله بصورة صحيحة، وإلى جانب الالتزام ببيان ماهية المنتج وخصائصه، ينبغي الالتزام بسعر المنتج محل الطلب (السعر الإجمالي والوحدوي)، وكيفية وإجراءات وشروط الدفع(24) .

ثالثاً- الالتزام ببيان بنود، وشروط العقد: شروط هذا العقد تتعلق بمرحلة التعاقد، وكذلك بالمرحلة التالية المتمثلة في تنفيذ بنود العقد(25) ، وقد نصت المادة(9) من

قانون التجارة الإلكترونية الليبي على أن:

"أ- إذا اتفقت الأطراف على إجراء معاملة بوسائل إلكترونية يقتضي التشريع الخاص بهذه المعاملة تقديم المعلومات المتعلقة بها، أو إرسالها، أو تسليمها إلى الغير بوسائل خطية، فيجوز لهذه الغاية اعتبار إجرائها بوسائل إلكترونية متفقاً مع متطلبات تلك التشريعات، إذا كان المرسل إليه قادراً على طباعة تلك المعلومات، وتخزينها، والرجوع إليها في وقت لاحق بالوسائل المتوافرة لديه.

ب- إذا حال المرسل دون إمكانية قيام المرسل إليه بطباعة السجل الإلكتروني، وتخزينه، والاحتفاظ به، يصبح هذا السجل غير ملزم للمرسل إليه" (26).

كما نصت المادة (10) على أنه:

"أ- إذا استوجب تشريع نافذ توقيعاً على مستند، أو نص على ترتيب أثر على خلوه من التوقيع، فإن التوقيع الإلكتروني على السجل الإلكتروني يفي بمتطلبات ذلك التشريع.

ب- يتم إثبات صحة التوقيع الإلكتروني ونسبته إلى صاحبه، إذا توافرت طريقة لتحديد هويته، والدلالة على موافقته على المعلومات الواردة في السجل الإلكتروني، الذي يحمل توقيع، إذا كانت تلك الطريقة مما يعول عليه لهذه الغاية في ضوء الظروف المتعلقة بالمعاملة، بما في ذلك اتفاق الأطراف على استخدام تلك الطريق" (27).

كذلك يتأكد الالتزام بموجب المادة (11)، والتي نصت على أنه: "إذا استوجب تشريع نافذ الاحتفاظ بمستند لغايات التوثيق أو الإثبات أو التدقيق أو أي غرض آخر مماثل، يجوز الاحتفاظ بسجل إلكتروني لهذه الغاية، إلا إذا نص في تشريع لاحق على وجوب الاحتفاظ بالسجل خطياً"، كما نصت المادة (12) على أن: "يجوز عدم التقيد بأحكام المواد من (7-11) من هذا القانون في أي من الحالات التالية:

أ- إذا كان تشريع نافذ يقتضي إرسال أو تقديم معلومات معينة بصورة خطية إلى شخص ذي علاقة، وأجاز هذا التشريع الاتفاق على غير ذلك.

ب- إذا اتفق على إرسال أو توجيه معلومات معينة بالبريد الممتاز أو السريع أو بالبريد العادي".

أما المادة (13) فقد نصت على أن: "تعتبر رسالة المعلومات وسيلة من وسائل التعبير عن الإرادة المقبولة قانوناً؛ لإبداء الإيجاب أو القبول بقصد إنشاء التزام

تعاقدية؛ وذلك المادة(14)، والتي نصت على أن: "تعتبر رسالة المعلومات صادرة عن المنشئ، سواء صدرت عنه ولحسابه، أو بوساطة وسيط إلكتروني معد للعمل أوتوماتيكياً بوساطة المنشئ أو بالنيابة عنه".

كذلك المادة(15)، والتي أكدت على ضرورة الالتزام، وذلك بالنص على أن: "أ- للمرسل إليه أن يعتبر رسالة المعلومات صادرة عن المنشئ، وأن يتصرف على هذا الأساس، في أي من الحالات التالية:

1- إذا استخدم المرسل إليه نظام معالجة معلومات سبق أن اتفق مع المنشئ على استخدامه لهذا الغرض؛ للتحقق من أن الرسالة صادرة عن المنشئ.

2- إذا كانت الرسالة التي وصلت للمرسل إليه ناتجة من إجراءات قام بها شخص تابع للمنشئ، أو من ينوب عنه، ومخول بالدخول إلى الوسيلة الإلكترونية المستخدمة من أي منهما لتحديد هوية المنشئ.

ب- لا تسري أحكام الفقرة (أ) من هذه المادة على أي من الحالتين التاليتين:

1- إذا استلم المرسل إليه إشعاراً من المنشئ يبلغه فيه أن الرسالة غير صادرة عنه، فعليه أن يتصرف على أساس عدم صدورها عن المنشئ، ويبقى المنشئ مسؤولاً عن أي نتائج قبل الإشعار.

2- إذا علم المرسل إليه، أو كان بوسعه أن يعلم، أن الرسالة لم تصدر عن المنشئ" (28)

الفرع الثاني- جزاء الإخلال بالالتزام قبل التعاقد الإلكتروني:

إن الهدف من تقرير الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني، هو تنوير إرادة المستهلك الإلكتروني المقبل على التعاقد، أي إن محل الحماية في هذا الالتزام هو رضا المستهلك الإلكتروني المقدم على التعاقد، وعليه إذا أخل المورد الإلكتروني بهذا الالتزام، ولم يتم بتقديم ما ينبغي تقديمه من بيانات للمستهلك الإلكتروني يترتب الآتي: أولاً- إبطال العقد الإلكتروني:

في عقود التجارة الإلكترونية ذات خاصية الإمكانية فإن المستهلك الإلكتروني معرض للوقوع في عيب من عيوب الإرادة(29) ؛ نتيجة إخلال المورد الإلكتروني بالتزامه المتمثل في تنوير وتبصير إرادته (30) .

ثانياً-التعويض : إن أساس الحكم بالتعويض يرجع إلى تحقق الضرر، إذ لا تعويض دون ضرر، وترجع مبررات طلب التعويض إلى الأمور التالية(31) :

- قد يكون جزاء البطلان غير متناسب مع ما اقترفه التاجر من خطأ، الأمر الذي ينبغي مواجهته بجزاء أشد، أو تقرير جزاء يعد مكملاً له، أي إبطال العقد مع التعويض.

- قد تتوفر شروط الإبطال، ومع هذا لا يطلبه المستهلك، ويؤثر الإبقاء على العقد، رغم حدوث أضرار له، وعدم كفاية جزاء البطلان في تعويض المتعاقد عما أصابه من أضرار.

مما لا شك فيه أن إخلال المورد الإلكتروني بتنفيذ التزامه المسبق بالإعلام من شأنه تضليل المستهلك الإلكتروني، ودفعه إلى إبرام عقد عن غير إرادة حقيقية، الأمر الذي من شأنه أن يلحق أضراراً بالمستهلك، وما يمكننا قوله إن المشرع قرر التعويض لجبر ضرر المستهلك الإلكتروني لإحداث نوع من العدالة وإعادة التوازن المفقود في العقود الإلكترونية، إلا أنه سكت عن تقدير قيمة المبلغ المستحق للتعويض(32).

نستطيع أن نقرر - من خلال ما عرضناه سابقاً - إن الدائن يملك وسائل معينة تعد ضمانات له عند إخلال المدين بالالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني، فيمكنه أولاً أن يتمسك بإبطال العقد، مستنداً في ذلك إلى عيوب الإرادة في حال الغلط والتغريب مع الغبن، فإذا قصر المدين عن إعطاء صورة واضحة عن الشيء محل التعاقد، ولم يوضح الأمور الجوهرية للعقد، فإن التباس الأمور على المتعاقد الآخر، ووقوعه في الوهم، يعطيه الحق في أن يطلب إبطال العقد للغلط الذي وقع فيه، وبالطبع فإن الطرف الآخر لا بد أن يكون قد وقع في نفس الغلط، أو كان على علم به، أو كان من السهل عليه أن يتبين وجوده (المادة 119 مدني) كأن يكون المدين محترفاً، والطرف الآخر شخص عادي، ولا يملك معلومات كافية عن العقد، وإن كان من مزايا دعوى الغلط عدم اشتراط الغبن والخسارة في العقد، إلا أنه يعاب عليها صعوبة إثبات الوقوع في الغلط، فالوهم حالة نفسية يصعب إثباتها على من وقع في الغلط، أما دعوى التغريب مع الغبن فإنه يفضل على دعوى الغلط للتغريب ووسائل خارجية تهدف إلى التضليل والاحتيال، ومن ثم فإن التمسك بإبطال العقد بسبب التغريب،- وأن كان يشترط فيه إثبات الغبن الفاحش، إلا أنه أسهل من سابقه، في سهولة إثبات التغريب خاصة، إن كان إيجابياً كالكذب في إعطاء المعلومات على الموقع الإلكتروني، والتي لا تطابق الواقع(33).

الإخلال بالالتزام بالإعلام لا يقتصر على المطالبة بإبطال العقد. كجزء يترتب على الإخلال بالالتزام بالإعلام، من خلال التمسك بدعوى عيوب الإرادة، وإنما يمكن التوصل إلى الوسيلة ذاتها في التخلص من العقد، والتحلل من الالتزامات الناشئة عنه، وإعادة الحال إلى ما كان عليه قبل التعاقد، من خلال دعوى الفسخ بسبب العيب الخفي؛ فعدم علم المشتري بصورة كاملة بالمبيع وعيوبه يعطيه الحق في طلب فسخ العقد، ورد المبيع بسبب العيب، خاصةً وأن البائع - غالباً - محترف، ويفترض علمه بكافة عيوب المبيع، حتى ولو كان لا يعلم ذلك، فيكون التزامه متمثلاً في إعلام المشتري بكل عيب من شأنه أن ينقص من قيمة المبيع بشكل يتعارض ورغبة المشتري من ذلك المبيع؛ فعند الإخلال بالالتزام بالإعلام يكون للدائن (المشتري) حق طلب فسخ العقد للعيب الخفي(34).

إن لم يفلح المستهلك في إبطال العقد أو فسخه، خاصةً وإن تمسك المستهلك بإبطال العقد أو فسخه، لا يحقق له هدفه المأمول من التعاقد، فهدفه الحصول على سلعة أو خدمة اتجهت إرادته للحصول عليها، وهو الأمر الذي لم يتحقق في الواقع، أو أنه أفلح في الفسخ أو الإبطال؛ لكنه أصيب بضرر جراء إخلال المدين بالتزامه بالإعلام، فيكون للدائن في الحالتين أن يتمسك بقواعد المسؤولية المدنية التقصيرية، ويطلب بالتعويض عن الضرر الذي أصابه، بسبب عدم كفاية المعلومات المقدمة في مرحلة التفاوض، أو بسبب عدم صحة تلك المعلومات، وأن مثل هذا الإخلال من المدين سبب للدائن بالإعلام ضرراً يبرر له التمسك بالتعويض عن ذلك الضرر الذي أصابه، وآخر ضمانة يمكن أن يتمسك بها الدائن بالالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني (حق الرجوع في العقد)، فلو افترضنا أن الوسائل السابقة لم تجد نفعاً، أو أن الدائن لم يفضل اللجوء إليها، فإن قوانين التجارة الإلكترونية الحديثة جعلت من العقد الإلكتروني عقداً نافذاً غير لازم؛ وذلك بالطبع بهدف حماية المستهلك(35)، إضافة إلى أنه أوجب تضمين العقد بعض المعلومات والبيانات بقصد تنبيه المشتري والمستهلك - بصفة خاصة - بحقيقية مضمون العقد المقدم عليه، وما قد يتضمنه من شروط أو مخاطر تهدده، فإن المشرع - ولجعل رضا المستهلك أكثر تمهلاً - فرض بالنسبة لبعض صور التعاقد مهلة محددة، لا يبرم العقد، أو لا ينفذ خلالها بالنسبة لأحد طرفيه أو كلاهما، فالحماية تتحقق هنا بجعل تلك المهلة فترة تدبر وتأمل في أمر التعاقد، وفي

بعض الحالات جعل المشرع مدة التروي سابقة على التعاقد، أي سابقة على إبرام العقد، فلا يبرم، ولا يتواجد إلا بعد انقضاءها، وهي عادةً ما تحدد بسبعة أيام، وهذا الأمر طبق بالنسبة لكل العقود التي تتم عن بعد، في فرنسا، ومن ضمنها بالطبع العقد الإلكتروني؛ حيث نصت المادة (88/21) من تقنين الاستهلاك الفرنسي الصادر في 6 يناير 1988 على أنه: "في كافة العمليات التي يتم فيها البيع عبر المسافات، فإن للمشتري الحق في إعادة النظر في المبيع برده، سواء لاستبداله أو لاسترداد الثمن" (36). اشتمل التوجيه الأوروبي رقم 7/97 في مايو 1997 على الحق في العدول عن العقد بالنسبة للمنتجات والخدمات خلال مدة لا تقل عن (7) أيام من تاريخ الاستلام، بالنسبة للمنتجات، ومن تاريخ العقد بالنسبة للخدمات، أما القانون الأمريكي الصادر عام 1965 فقد كانت فيه مدة السماح أكثر من (30 يوماً)، يحق خلالها للمستهلك أخذ مهلة للتروي والتفكير في إتمام العقد (37).

إن التمتع بهذا الحق ليس مطلقاً؛ فمثلاً في حالة تنزيل برنامج موسيقي أو غنائي من على شبكة الإنترنت، وتحميلها على الكمبيوتر الخاص بالعميل، ثم يقوم بعد ذلك بنسخ تلك الأغاني واستعمالها، يكون العقد قد أبرم، ولا يجوز الرجوع فيه، وهذا ما أكد عليه التوجيه الأوروبي، فهذه المدة التي تعطى للمتعاقد في العقد الإلكتروني، أو في العقود التي تتم عن بعد إنما هي وسيلة سهلة يمكن من خلالها التخلص من العقد، إن ظهر بأن المعلومات التي قدمها المدين بالالتزام بالإعلام غير كافية، أو غير صحيحة؛ فحتى لو وقع المستهلك في الغلط أو التغيرير مع الغبن، أو ظهر في المبيع عيب عند استلامه، فإن مدة (عشرة أيام أو سبعة أيام أو ثلاثون يوماً) بالتأكيد كافية؛ لتبني المستهلك عند استلامه للسلعة بأنه لم يكن لديه المعلومات الكافية عن العقد، ومن ثم يحق له - وبسهولة - أن يرجع في العقد خلال المدة القانونية، دون حاجة في اللجوء إلى المحاكم، فإثبات الغلط أو التغيرير أو العيب الخفي في العقد أفضل ضمانة منحها التشريعات الإلكترونية لحماية المستهلك، في حال إحلال المدين بالالتزامه بالإعلام في العقد الإلكتروني (38).

الخاتمة:

إن الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد هو من أهم الحقوق التي يجب أن يتمتع بها المستهلك بصفة عامة، والمستهلك الإلكتروني بصفة خاصة، فالهدف من وراء تقرير

هذا الالتزام هو تنوير إرادة المستهلك وبصيرته قبل إبرام العقد، وهو التزام تزداد الحاجة إليه كلما ازداد تطور التقنية والصناعة، وتعددت سبل إنتاجها، فيبقى المستهلك هو الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية، وما بالك بالمستهلك الإلكتروني، وعلى الرغم من استقلالية الالتزام بالإعلام، إلا أنه حبذا لو تكون هناك جزاءات قانونية واضحة وصريحة على مخالفة الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد، خاصة في مجال التعاقد الإلكتروني، وهذا ما لم يتفطن له المشرع الليبي لحد الساعة، على الرغم من بعض التعديلات الطفيفة، فالقواعد العامة أصبحت قاصرة على الإحاطة به، الأمر الذي اقتضى مواجهته بحلول غير تقليدية.

في نهاية بحثنا نصل إلى أن المشرع وإن تأخر في إصدار قانون ينظم التجارة الإلكترونية، وما يتعلق بها من إشكالات، من بينها حماية المستهلك الإلكتروني، إلا أنه حسناً فعل، فقد أحاط المستهلك الإلكتروني - في المرحلة السابقة على إبرام العقد الإلكتروني - بحماية، من خلال حقه في الإعلام بهوية من يتعاقد معه، وماهية المنتج المتعاقد عليه بكل تفاصيله.

من خلال تتبع جزئيات موضوع الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني كضمانة لحماية المستهلك الإلكتروني تم التوصل إلى نتائج وتوصيات، كما يلي:

أولاً-النتائج :

1- يعرف الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني على أنه ذلك الالتزام الذي يقع على عاتق المورد الإلكتروني تجاه المستهلك الإلكتروني، بإمداده بكل المعلومات التفصيلية الدقيقة للعقد المراد إبرامه؛ حتى يتسنى للمستهلك الإلكتروني اتخاذ قراره، إما بالإقدام على التعاقد أو بالإحجام عنه.

2- الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني من أهم الضمانات القانونية لتحقيق المساواة في العلم بين طرفي العقد وسلامة رضا المستهلك الإلكتروني عند التعاقد.

3- التأكيد على ذكر المعلومات المتعلقة بتحديد هوية المورد الإلكتروني؛ حتى يتسنى للمستهلك الإلكتروني التأكد من المورد الإلكتروني الحقيقي والمورد الإلكتروني الوهمي.

4- يعد إبطال العقد من الجزاءات الرادعة للإخلال بالالتزام ما قبل التعاقد الإلكتروني، مع التعويض لجبر الضرر الحاصل للمستهلك الإلكتروني.

ثانياً- التوصيات:

1- إقرار الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني كأحد ضمانات حماية المستهلك المتعاقد إلكترونياً؛ وذلك بموجب القانون الخاص بالتجارة الإلكترونية، إلا أننا نرى أنه ينبغي أن يتم سن قانون خاص بهذا الالتزام لما له من أهمية بالغة في حماية رضا المستهلك الإلكتروني.

2- إعداد ورشات وندوات وطنية من طرف أهل الخبرة والاختصاص؛ لشرح حقوق المستهلك الإلكتروني، وآليات حمايتها، حتى لا يقع فريسة للإعلانات المضللة.

الهوامش:

- 1- عمر خالد زريقات، عقد البيع عبر الإنترنت - دراسة تحليلية، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2007م، ص3.
- 2- خلوي عنان نصيرة، الحماية القانونية للمستهلك عبر الإنترنت - دراسة مقارنة، (رسالة ٢٠٠٢)، جامعة مولود معمري، تيزي وزوء، 2013م، ص3.
- 3- المرجع نفسه، ص3.
- 4- د. جميل الشرفاوي، مصادر الالتزام، دار النهضة العربية، 2021م، ص12.
- 5- د. حسن عبد الباسط جميعي، حماية المستهلك - الحماية الخاصة لرضاء المستهلك في عقود الاستهلاك، دار النهضة العربية، القاهرة، 1996م، ص56.
- 6- د. خالد جمال أحمد، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، دار النهضة العربية، القاهرة، 2003م، ص36.
- 7- د. خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006م، ص73.
- 8- د. نزيه محمد الصادق المهدي، الالتزام قبل التعاقد الإبداء بالبيانات وتطبيقاته على بعض أنواع العقود، دار النهضة العربية، مصر، 1982م، ص189.
- 9- د. سمير عبد السميع الأودن، العقد الإلكتروني، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2011م، ص119.
- 10- د. عبد الرحمن خلفي، حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري - دراسة مقارنة، مجلة جامع النجاح للأبحاث للعلوم الإنسانية، فلسطين، 2013م، ص27.
- 11- الحاج بن علي محمد، تمييز الالتزام بالإعلام عن الالتزام بالنصيحة لضمان الصفة الخطيرة للشيء المبيع - دراسة مقارنة، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد6، 2011م، ص75.
- 12- خلوي عنان نصيرة، مرجع سابق، ص5.
- 13- د. عبد الرحمن خلفي، مرجع سابق، ص28.
- 14- موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية - دراسة مقارنة، مكتبة التنوير، منشورات زين الحقوقية، ط1، 2011م، ص95، 96.
- 15- المرجع نفسه، ص95-96.

- 16-عوب زهيرة، الحماية المدنية للمستهلك في إطار المعاملات الإلكترونية، (رسالة دكتوراه)، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزوء، الجزائر، 2018م، ص91.
- 17-عبد الرحمن خلفي، مرجع سابق، ص8.
- 18-سعاد نودري، الالتزام بالإعلام وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، جامعة باتنة1، الحاج لخضر، العدد8، جانفي 2016م، ص229.
- 19-خلوي عنان نصيرة، الحماية المدنية للمستهلك عبر الإنترنت - دراسة مقارنة، (رسالة دكتوراه)، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزوء-الجزائر، 2015م، ص42.
- 20-عبد الرحمن خلفي، مرجع سابق، ص8.
- 21-د. خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني - دراسة مقارنة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية-مصر، ط2، 2011م، ص439.
- 22-د. محمد حسين منصور، أحكام البيع التقليدية والإلكترونية والدولية وحماية المستهلك، دار الفكر الجامعي، القاهرة-مصر، 2006م، ص150.
- 23-د. أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني - دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية-مصر، د.ط، 2005م، ص165.
- 24-د. عبد الرحمن خلفي، مرجع سابق، ص29.
- 25-هادي مسلم يونس البشكاني، التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية - دراسة مقارنة، دار الكتب القانونية، مصر، ط9، ص323.
- 26-المادة (9) من قانون التجارة الإلكتروني الليبي لسنة 2001م.
- 27-المادة (10) من قانون التجارة الإلكترونية الليبي، مصدر سابق.
- 28-المواد (13) (14) (15) من قانون التجارة الإلكترونية الليبي، مصدر سابق.
- 29-هادي مسلم يونس البشكاني، مرجع سابق، ص4.
- 30-د. أسامة أحمد بدر، مرجع سابق، ص166.
- 31-موفق حماد عبد، مرجع سابق، ص138-139.
- 32-هادي مسلم يونس البشكاني، مرجع سابق، ص5.
- 33-د. أسامة أحمد بدر، مرجع سابق، ص167.
- 34-د. محمد حسين منصور، مرجع سابق، ص152.
- 35-د. خالد ممدوح إبراهيم، مرجع سابق، ص445.
- 36-المرجع نفسه، ص446.
- 37-د. محمد حسين منصور، مرجع سابق، ص153.
- 38-هادي مسلم يونس البشكاني، مرجع سابق، ص88.