

خصوصية التراضي في العقود الإلكترونية
La spécificité du consentement en contrats électroniques
Privacy of consent in electronic contracts

تاريخ قبول المقال للنشر : 28/04/2018

تاريخ إرسال المقال : 07/03/2018

د. بوشنافة جمال / جامعة الدكتور يحي فارس - المدينة

ملخص :

يعرف العقد الإلكتروني أو العقد المبرم عن بعد حسب نص المادة 02 من التوجيه الأوروبي 07/97 الصادر في 20 ماي 1997، بأنه ذلك العقد الذي يتلاقى فيه الإيجاب والقبول عبر شبكة اتصالات دولية باستخدام التبادل الإلكتروني للبيانات، ويقصد إنشاء التزامات تعاقدية، أي أن العقد الإلكتروني هو التقاء إيجاب صادر من الموجب بشأن عرض مطروح بطريقة الكترونية، سمعية أو مرئية أو كليهما على شبكة الاتصالات والمعلومات، بقبول مطابق له صادر من الطرف القابل بذات الطرق بهدف تحقيق عملية أو صفقة معينة يرغب الطرفان في إنجازها.

وإذا كان قالب الكلاسيكي للعقد يستند على مفاهيم الإيجاب والقبول المتبادلان في مجلس عقد حقيقي فإن الإيجاب والقبول الإلكترونيين قد تأثرا بخصوصية العقد الإلكتروني لكون هذا الأخير ينعقد دون أن يكون لطرفيه حضور مادي بمجلس العقد وقت انعقاده. ويتسم تشكيل العقد الإلكتروني أيضا بكون الإنترنت تزيل خطوات التفاوض والوساطة، وتنشئ علاقة مباشرة بين المورد والمستهلك.

إن انتشار الإنترنت التي قلصت من مبدأ الدولة القطرية وأزاحت مبدأ الإقليمية والحدود بين الدول السائد في القانون الكلاسيكي أدى إلى اعتبار الإيجاب والقبول الإلكترونيين دوليين عابرين للحدود ، بحيث إن الاتصال يتم من أية نقطة في هذه المعمورة في الحين واللحظة اللذين يرغب فيهما المتعاقدين ، مما أدى بالفقه والقضاء إلى صعوبة تحديد القانون الواجب التطبيق ومكان وزمان إبرام العقد الإلكتروني.

إن طبيعة الإنترنت التي تتجاهل الحدود قد أفرزت نقاشا يتمثل في أنها والتجارة الإلكترونية تشكلان منطقة ومجالا لانعدام القانون.

الكلمات المفتاحية : التراضي الإلكتروني ، عدم الحضور المادي بمجلس العقد ، الإيجاب والقبول الإلكترونيين دوليين عابرين للحدود ، مكان وزمان إبرام العقد الإلكتروني.

Résumé:

Le contrat électronique ou contrat à distance est défini Aux termes de l'article 02 de la Directive 97/7/CE du 20 mai 1997 comme tout contrat concernant des biens ou services conclu entre un fournisseur et un consommateur dans le cadre d'un système de vente ou de prestation de services à distance organisé par le fournisseur, qui, pour ce contrat, utilise exclusivement une ou plusieurs techniques de communication à distance jusqu'à la conclusion du contrat, y compris la conclusion du contrat elle-même.

Le schéma classique de contrat est bâti sur les concepts d'offre acceptation, avec les concepts dualistes d'émission réception.

La formation du contrat électronique est également marquée par le fait qu'Internet supprime les étapes de l'intermédiation, et permet les rapports directs entre le fournisseur et le consommateur.

Les contrats électroniques présentent la spécificité d'être conclus avec les machines en l'absence de tout contact direct et simultané. Dès lors, au regard des contrats traditionnels, les transactions électroniques avait suscité dans la doctrine et la jurisprudence sur la loi applicable, le lieu et le moment de cette formation.

Ce débat relève de la nature même de l'Internet qui ignore les frontières. Un autre point de débat est l'illusion selon laquelle l'Internet et le commerce électronique constituent une zone de non droit.

Mots clé: Le Consentement électronique; absence du contact direct physique et simultané; L'offre et L'acceptation électroniques sant internationaux ; Le lieu et le moment de la conclusion du contrat électronique.

Abstract:

The electronic contract or the remote contract according to article 02 from the European directive 97/07 issued on 20 may 1997, is the contract in which the offer and acceptance are related via an international telecommunications network using electronic exchange for data, it is intended to establish contractual obligations, it means the electronic contract is the offer issued by the author of the offer about display presented electronically, audio or visual or both of them on the network of communications and information , with identical acceptance issued by the author of the acceptance , with the same way to achieve process or deal that the two parties

wish to complete.

If the classical shape for the contract based on offer and acceptance concepts are exchanged in the real contractual session, electronic offer and acceptance are affected with the privacy of the electronic contract, because the later is held or convened without physical presence for its parties in the contractual session at the contract time.

The formation of the electronic contract is characterized as the internet removes the negotiating steps and mediation and establish relationships between the supplier and the consumer.

Internet spread has reduced the principle pivotal state and removed the principle of regional and the borders between countries prevailing in classical law, led to the consideration offer and acceptance international passing borders, so that the connection is done from any point on this globe at any time and moment desired by the connectors, this led to jurisprudence and judiciary difficulty determining applicable law and the time and place of this contract.

The nature of the internet which ignores borders brought out a discussion about it and electronic commerce constitute a region and an area of lawlessness.

key words: Electronic consent; lack of physical attendance at the contractual session; electronic offer and acceptance are international passing borders; place and time of conclusion the electronic contract.

مقدمة :

إن التطور التكنولوجي الحديث بصفة عامة والتطور الهائل في الاتصالات باستخدام التقنيات الحديثة في مجال المعلوماتية عبر شبكة الإنترنت بصفة خاصة الذي نعيشه اليوم، قد قربت المكان واختصرت الزمان وألغت الحدود الجغرافية بين الدول¹ فأصبح العالم مجرد قرية صغيرة² قد أدى إلى تغيير المفاهيم السائدة في المعاملات المدنية والتجارية، وظهور أساليب ووسائل جديدة لإبرام العقود لم تكن معرفة من قبل، ومن أهم هذه الوسائل بل أهمها على الإطلاق التعاقد الإلكتروني الذي ظهر واشتهر بميلاد التجارة الإلكترونية³ عبر شبكة الانترنت باعتبارها تجارة العصر والمستقبل بداية من عام 1993، وأصبحت السلعة والخدمة معروضة بطريقة منظورة غير ملموسة ماديا حيث يتفاوض الأطراف المتعاقدون عن بعد ويتبادلون المعلومات وسائر البيانات بسرعة فائقة في مجلس عقد افتراضي مما خلق تحديا أمام مختلف النظم القانونية في البحث عن وسائل معالجتها وضبطها⁴ ومن بين أبرز المواضيع المثارة في هذا الشأن التعبير عن الإرادة في العقد الإلكتروني، ذلك العقد الذي يتلاقى فيه الإيجاب والقبول عبر شبكة اتصالات دولية باستخدام التبادل الإلكتروني للبيانات، بقصد إنشاء التزامات

تعاقدية⁵ لا وجود فيها لمجلس العقد بالمعنى التقليدي⁶ وعليه فإن العقود الإلكترونية تختلف عن العقود العادية من حيث وسيلة التعاقد، إذ تقوم الأولى في فضاء إلكتروني، وتقوم العقود العادية في وسط مادي ملموس⁷.

ويتصف العقد الإلكتروني غالباً بالطابع التجاري والاستهلاكي، لذلك يطلق عليه عقد التجارة الإلكترونية، وقد جاءت تلك الصفة من السمة الغالبة لذلك العقد حيث أن عقود البيع الإلكترونية تستحوذ على الجانب الأعظم من مجمل العقود⁸.

ويشترط لانعقاد العقد الإلكتروني كغيره من العقود توافر التراضي بين طرفيه والمحل والسبب، ولا يبدو أن الفقه قد أوجد شيئاً من الخصوصية بالنسبة لركني المحل والسبب في عقد البيع الإلكتروني على خلاف ركن التراضي بشقيه المتعلقين بالإيجاب والقبول الإلكترونيين الذين تأثرا بخصوصية العقد الإلكتروني لكون هذا الأخير ينعقد دون أن يكون لطرفيه حضور مادي بمجلس العقد وقت انعقاده، حيث يكون كل طرف في مكان مختلف عن مكان الطرف الآخر ويفصل بينهما بعد جغرافي واختلاف لغوي وتشريعي، بالإضافة إلى أن شبكة الإنترنت التي تعتبر الوسيط في هذه العلاقة التعاقدية تتصف بأنها شبكة مفتوحة، يسمح لأي شخص من الجمهور بالدخول إليها، دون شرط سوى أن يكون مرتبطاً بشبكة الإنترنت، مما أثر كثيراً على المفاهيم التقليدية السائدة في النظرية العامة للعقود، الشيء الذي أعاق تطبيق القواعد العامة على هذا النوع من التراضي، باعتبار أن هذه القواعد تمت صياغتها لتتناسب وطبيعة المعاملات التقليدية.

ونظراً لما يثيره التراضي في العقد الإلكتروني من تحديات ومشكلات قانونية، فقد تصدى لها الفقه والمنظمات الدولية والقوانين الداخلية فظهر على إثرها القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية «الانسنترال» لعام 1996، والذي تعد قواعده الأساس الذي أخذت منه كافة القوانين المتعلقة بالعقود الإلكترونية في غالبية التشريعات المقارنة⁹.

فكيف يتم إذن التعبير عن إرادة التعاقد عن بعد عبر تقنيات الاتصال الحديثة، من خلال تلاقي إرادتي الإيجاب والقبول في العقد الإلكتروني؟

هذا ما سنتطرق إليه من خلال مبحثين نخصص المبحث الأول للإيجاب في عقد البيع الإلكتروني والمبحث الثاني للقبول في عقد البيع الإلكتروني.

المبحث الأول: الإيجاب في العقد الإلكتروني

إن كون الإيجاب الإلكتروني يصدر عن بعد من خلال شبكة عالمية للاتصال توجه إلى جمهور عريض من المتعاملين موجود في أماكن بعيدة يتكلم لغات عديدة، فإن ذلك يثير مسائل قانونية مهمة تتمثل في تعريفه وخصائصه، صورته واللغة التي يتم بها، ونطاقه الزماني والمكاني.

المطلب الأول: تعريف الإيجاب الإلكتروني وخصائصه

سنقسم الدراسة في هذا المطلب إلى فرعين نتناول في الفرع الأول تعريف الإيجاب الإلكتروني وفي الفرع الثاني خصائص الإيجاب الإلكتروني.

الفرع الأول: تعريف الإيجاب الإلكتروني

يعرف جانب من الفقه الإيجاب في العقد الإلكتروني أنه تعبير عن إرادة الراغب في التعاقد عن بعد، حيث يتم من خلال شبكة دولية للاتصالات بوسيلة مسموعة مرئية ويتضمن كل العناصر اللازمة لإبرام العقد، بحيث يستطيع من يوجه إليه أن يقبل التعاقد مباشرة. لم يعرف المشرع الجزائري على غرار أغلب التشريعات المقارنة الإيجاب الإلكتروني لكن يمكن استنتاج تعريفه من خلال نص المادة 60 ق م ج على اعتبار أن معظم أحكام القواعد العامة المنظمة للعقود يمكن تطبيقها في مجال التعاقد الإلكتروني أيضا، حيث يستنتج من نص المادة 60 ق م ج أن الإيجاب هو تعبيرات عن إرادة المتعاقد، سواء باللفظ أو بالكتابة أو بالإشارة المتداولة عرفا، كما يكون باتخاذ موقف لا يدع أي شك في دلالة على مقصود صاحبه، وقد عرف التوجيه الأوروبي المؤرخ في 20 ماي 1997 المتعلق بحماية المستهلكين في مجال العقود المبرمة عن بعد، الإيجاب في العقود المبرمة عن بعد بأنه: «كل اتصال عن بعد يتضمن كل العناصر اللازمة بحيث يستطيع المرسل إليه أن يقبل التعاقد مباشرة، ويستبعد من هذا النطاق الإعلان»¹⁰.

ويشترط في الإيجاب الإلكتروني، كما هو الحال في الإيجاب التقليدي، أن يكون جازما ومحددا وباتا لا رجعة فيه، بمعنى أن تتجه نية الموجب إلى إبرام العقد بمجرد اقتران القبول به، أما إذا احتفظ الموجب بشرط يعلن فيه أنه غير ملتزم بما عرضه في حالة القبول فلا يعتبر هذا إيجابا بل مجرد دعوة إلى التعاقد، وبذلك فإن الإيجاب في التعاقد الإلكتروني هو تعبير عن إرادة الراغب في التعاقد عن بعد، حيث يتم من خلال شبكة دولية للاتصالات بوسيلة مسموعة مرئية، ويتضمن كافة العناصر اللازمة لإبرام العقد بحيث يستطيع من وجه إليه أن يقبل التعاقد مباشرة. وبذلك فهو لا يختلف عن الإيجاب التقليدي إلا في الوسيلة المستخدمة فقط مع بقاء الجوهر نفسه، فوصف الإيجاب بالإلكتروني لا يغير من ذاتية الإيجاب لمجرد أن تم عبر شبكة اتصالات،¹¹ فلفظ إلكتروني إذا ما أضيف إلى الإيجاب فلا يؤثر في معناه المذكور شيء وفقا للنظرية العامة للالتزامات، فالمسألة مجرد وصف لا أكثر بسبب اختلاف وسيلة التعبير عن الإرادة، فالتعبير في العقد الإلكتروني يتجسد في وسائل الاتصال الحديثة عن طريق الحاسب الآلي، يظهر التعبير عن الإرادة على شاشة هذا الحاسب وقد يتم التعبير عن الإرادة إلكترونيا عن طريق البريد الإلكتروني أو عن طريق موقع انترنت أو عن طريق المحادثة¹².

الفرع الثاني: خصائص الإيجاب الإلكتروني

يخضع الإيجاب الإلكتروني لذات القواعد العامة التي تحكم الإيجاب التقليدي، إلا أنه يتميز ببعض الخصوصيات التي تتعلق بطبيعته وكونه يتم من خلال شبكة عالمية للاتصالات، إذ تسمح هذه الوسيلة لمن يصدر عنه الإيجاب باستخدام وسائل الإيضاح البياني أكثر ملائمة بالنسبة لأنواع معينة من البيوع، التي تقتضي الخروج عما هو مستقر عليه في القواعد العامة، ويمكن حصر هذه الخصوصيات في كونه إيجاب يتم التعبير عنه من خلال شبكة عالمية للاتصالات، ويتم عن بعد، عبر وسيط إلكتروني.

أولاً : الإيجاب الإلكتروني هو إيجاب عالمي

يتم الإيجاب الإلكتروني باستخدام وسائط إلكترونية وعبر شبكة دولية للاتصالات والمعلومات، لذلك فهو لا يتقيد بحدود الدول السياسية والجغرافية، ويكون الإيجاب الإلكتروني تبعاً لذلك إيجاباً دولياً نظراً لما تتسم به شبكة الإنترنت من الانفتاح والعالمية¹³ ورغم ذلك فقد أجاز العقد النموذجي الفرنسي للتجارة الإلكترونية تحديد المنطقه الجغرافية التي يغطيها الإيجاب أو تلك التي يغطيها تنفيذ العقد¹⁴.

ثانياً : الإيجاب الإلكتروني يتم عن بعد

نظراً لكون العقد الإلكتروني ينتمي إلى طائفة العقود المبرمة عن بعد فالإيجاب الإلكتروني ينتمي إلى تلك الطائفة ، وعلى هذا الأساس فهو بذلك يخضع للقواعد الخاصة بحماية المستهلك في العقود المبرمة عن بعد¹⁵ ، حيث يتوجب على المهني أو المورد في إطار الثقة المشروعة ومبدأ حسن النية أن يعلم المستهلك بكافه بياناته التي تحدد شخصيته بطريقه قاطعه وقت أن يعرض عليه الإيجاب الإلكتروني¹⁶ والتي تفرض عليه مجموعة من القيود والواجبات التي يلتزم بها تجاه المستهلك الإلكتروني والتي منها، تزويد المستهلك بمعلومات حول شخصية التاجر وذلك بتحديد هويته تحديداً دقيقاً وواضحاً اسمه ولقبه وعنوانه ورقم هاتفه حتى يمكن الاتصال به في أي لحظة ، مركزه الرئيسي عنوان بريده الإلكتروني، وإذا كان شخصاً معنوياً مثل الشركة يتعين تحديد اسمها وعنوان مقرها ومعلومات حول نشاطها التجاري ، ويعد هذا البيان من مستحدثات التعاقد عبر الشبكة ، الذي أثار مشكله تحديد الهوية نتيجة إبرام العقد الإلكتروني عن بعد في فضاء لامادي مجهل كل طرف الأخر وهذه البيانات تقع على عاتق المهني في قواعد حماية المستهلك التقليدي ، لكن تم توسيعها في التعاقد الإلكتروني لتشمل أية شخص يبيع عبر الشبكة¹⁷.

كما يفرض عليه تحديد الخصائص الأساسية للمنتجات والخدمات المعروضة، أو أصنافها أثمانها، وسائل الدفع أو السداد، طريقة التسليم، وخيار المستهلك في الرجوع في التعاقد، إعادة اختيار المستهلك ، خدمة ما بعد البيع، ومدة الضمان¹⁸ وهي الالتزامات التي أشار إليها التوجيه الأوروبي رقم 97/7 في شأن حماية المستهلك في العقود عن بعد.

ثالثاً : الإيجاب الإلكتروني يتم عبر وسيط إلكتروني

يتطلب الإيجاب الإلكتروني وجود وسيط إلكتروني هو مقدم خدمة الإنترنت، ويعد ذلك من أهم مظاهر الخصوصية في العقد الإلكتروني بل إنها أساس هذا العقد، حيث يتم إبرامه عبر شبكة اتصالات إلكترونية فهو يتم من خلال الشبكة وباستخدام وسيلة مسموعة مرئية، وليس هناك ما يحول دون أن يكون الموجب هو نفسه مقدم خدمة الإنترنت¹⁹.

وتلك الوسائط هي التي دفعت إلى اختفاء الكتابة التقليدية التي تقوم على الدعائم الورقية لتحل محلها الكتابة الإلكترونية التي تقوم على دعائم إلكترونية²⁰. ولفظ إلكتروني إذا ما أضيف إلى الإيجاب فلا يؤثر في معناه المذكور شيء وفقاً للنظرية العامة للالتزامات، فالمسألة مجرد وصف لا أكثر بسبب اختلاف وسيلة التعبير عن الإرادة، فالتعبير في العقد الإلكتروني

يتجسد في وسائل الاتصال الحديثة عن طريق الحاسب الآلي، يظهر التعبير عن الإرادة على شاشة هذا الحاسب وقد يتم التعبير عن الإرادة إلكترونياً عن طريق البريد الإلكتروني أو عن طريق موقع انترنت أو عن طريق المحادثة.

المطلب الثاني: صور الإيجاب الإلكتروني واللغة التي يتم بها

سنتقسم الدراسة في هذا المطلب إلى فرعين نتناول في الفرع الأول صور الإيجاب الإلكتروني وفي الفرع الثاني اللغة التي يتم بها الإيجاب الإلكتروني.

الفرع الأول: صور الإيجاب الإلكتروني

إذا نظرنا إلى صور الإيجاب عبر شبكة الانترنت نجد أنه إما أن يكون إيجاباً عبر البريد الإلكتروني، وإما إيجاباً على صفحات الويب وإما إيجاباً عن طريق المحادثة والمشاهدة معا وفي جميع الحالات يعتبر الإيجاب صحيحاً من الناحية القانونية، متى توفرت شروطه.

أولاً: الإيجاب عبر البريد الإلكتروني (Email)

يقصد بالبريد الإلكتروني تبادل الرسائل بين الأطراف بطريقة إلكترونية وينظر إليه على أنه النظير الإلكتروني للبريد العادي²¹، ويحقق هذا النوع من الإيجاب ميزة استهداف العرض لأشخاص معينين، عندما يرغب التاجر أن يخصص بمنتجاته بعض الأشخاص الذين يهتمون بمنتجاته دون غيرهم، والمرسل إليهم يعلمون بالعرض عندما يفتحون صندوق بريدهم الإلكتروني، حيث تبدأ فعالية الإيجاب ويكون للمرسل إليه الحرية في قبول العرض برسالة إلكترونية²²، ويعتبر الإيجاب الموجه لشخص واحد إيجاب غير ملزم إلا إذا كان الإيجاب خلال مدة معينة يلتزم من خلاله الموجب بالبقاء على إيجابه طوال تلك المدة، وفي حالة الإيجاب غير الملزم يمكن رفضه عبر البريد الإلكتروني إذا قام الموجب له بإغلاق جهاز الحاسب الآلي أو انتقل إلى موقع آخر غير موقع الموجب.

أما الإيجاب الموجه لعدة أشخاص فإنه يكون عند الشك مجرد دعوة إلى التفاوض أو التعاقد ولا يكون إيجاباً استناداً إلى أن النشر أو الإعلان أو بيان الأسعار الجاري التعامل بها أو بطلبات موجهة للجمهور فلا يعتبر عند الشك إيجاباً، ولكن يكون دعوة إلى التعاقد²³.

وبذلك تسمح تقنية البريد الإلكتروني بالعلم بالعروض التعاقدية، وبالشروط الموضوعية ضمن الإيجاب، لكي يراعي خصوصية الإيجاب في العقد الإلكتروني، أهمها أن التعبير عن الإيجاب يتم من خلال شبكة عالمية للاتصالات عن بعد، وبوسيلة مسموعة مرئية تمكن من إصداره الإيجاب أن يستخدم وسائل الإيضاح البياني أكثر ملائمة لأنواع معينة من البيوع²⁴.

ثانياً: الإيجاب عبر شبكة المواقع (web)

قد يكون التعاقد عن طريق الانترنت عند دخول مستخدم الشبكة على موقع ما على الشبكة يقدم عروض بخصوص سلعة أو خدمه معينه، فيبادر المستخدم على وضع إجاباته على العرض وإما أن ينتظر فترة من الزمن ليتلقى الرد وهنا تكون أمام تعاقد بين غائبين من حيث الزمان والمكان وإما إن يصل إليه الرد فوراً بعد وضع الإجابة دون وجود فاصل زمني فتكون أمام تعاقد بين حاضرين من الزمان وغائبين من حيث المكان.

لذلك فالتعبير عن الإرادة عبر الموقع يكون بالكتابة أو النقر على زر الموافقة فقد يتم التعبير عن الإرادة عن طريق الضغط على زر ((موافق)) الموجود في لوحة المفاتيح المتصلة بالكمبيوتر لشخص، أو بالضغط بالمؤشر (الفأرة) في الجهة المخصصة لذلك في صفحة الويب ، إلا أن الضغط أو مجرد الضغط على زر الموافقة أو العلامة الدالة على الموافقة لا يعني دائما الموافقة حتماً ، فغالباً إذ قد يحدث ذلك نتيجة خطأ غير مقصود من القابل لذلك قامت معظم الشركات التجارية بتزويد صفحات الويب ببرنامج معلوماتي يعبر عن الرغبة الجادة في إبرام العقد ، كأن يشترط الضغط مرتين على زر الموافقة الموجودة في لوحة المفاتيح أو بعث رسالة إلكترونية تتضمن القبول أو الرغبة في إتمام التعاقد ، كما يمكن الاستعانة ببعض الأشكال التي عند اختيارها تعبر عن القبول أو الرفض حسب الرمز المختار كان يختار الوجه المبتسم للدلالة على القبول أو يختار الوجه الغاضب للدلالة على الرفض²⁵.

ثالثاً : الإيجاب بواسطة الانترنت عبر المحادثة والمشاهدة

هنا يتحول الحاسوب الآلي إلى شبكة هاتف مرئي²⁶ حيث يستطيع المتعامل على شبكة الإنترنت أن يرى المتصل معه على شاشة الحاسب الآلي، وأن يتحدث معه وذلك عن طريق كاميرا بجهاز الكمبيوتر لدى كل من الطرفين، ويتصور في هذه الحالة أن يصدر من أحد الطرفين إيجاباً يصادفه قبولاً من الطرف الآخر وهنا ينعقد العقد بناء على تلاقي الإيجاب والقبول وتكون أمام تعاقد بين حاضرين حكماً²⁷.

ويمكن أن يكون الموجب شخصاً يعبر عن رأي مجموعة من الأشخاص موجودين بذات المكان ، فيكون الإيجاب صادراً مباشرة بالكلام أو الكتابة أو المشاهدة أو كلهم جميعاً في تزامن واحد ، وفي هذه الحالة ينطبق على هذا النوع من الإيجاب القواعد العامة في التعاقد بين حاضرين زماناً ومكاناً، ولا بد من الإشارة إلى إمكانية تطبيق القواعد العامة التقليدية للتعاقد بواسطة الهاتف على الحالة التي يستخدم فيها الكلام دون المشاهدة²⁸.

الفرع الثاني : اللغة التي يتم بها الإيجاب الإلكتروني

أدى اعتبار الإيجاب الإلكتروني إيجاباً دولياً عابراً للحدود، إلى أن تكون اللغة المستعملة فيه أهمية بالغة في إطار عقود البيع الإلكترونية،²⁹ ويجب ألا تكون عائناً أمام إبرام عقد البيع الإلكتروني.

وقد أكد التوجيه الأوروبي الصادر في 21 ماي 1992 المتعلق بالبيع عن طريق التلفزيون، على أن اللغة يجب ألا تكون عائناً أمام العقد العابر للحدود ، وهو ما ينطبق على عقد البيع الإلكتروني، باعتباره تعاقد عن بعد ، فالإيجاب فيه عابر للحدود أيضاً³⁰.

ويتمثل الهدف من هذا الإجراء هو ضمان حماية المستهلك لكي يستطيع أن يشتري أو يستعمل منتجاً أو يستفيد من خدمات وهو يعلم حقيقة طبيعتها، وكيفية استعمالها والشروط الخاصة بالضمان لهذه المنتجات أو الخدمات³¹.

وتحرص المواقع العالمية أو ذات الانتشار الواسع كل الحرص على استخدام أكثر من لغة في العرض والإيجاب لضمان التواصل مع أكبر قدر من الأفراد على مستوى العالم³² وتوفر

ترجمة فورية وكاملة لكل محتويات الموقع، وبالتالي فهي تسهل لزائر الموقع الدخول له وتجذبه وتتعاطي معه بلغته المحلية ومن جهة أخرى إذا صدر الإيجاب بلغة لا يفهمها الزائر فإنه لن يستطيع أصلا الدخول للموقع للتفاوض أو القبول فيه³³.

المطلب الثالث: النطاق الزمني والمكاني للإيجاب الإلكتروني

سنقسم الدراسة في هذا المطلب إلى فرعين نتناول في الفرع الأول النطاق الزمني للإيجاب الإلكتروني وفي الفرع الثاني النطاق المكاني للإيجاب الإلكتروني.

الفرع الأول: النطاق الزمني للإيجاب الإلكتروني

إن الإيجاب المبتوث عبر صفحات الويب على الشبكة، إذا ما عين الموجب فترة صلاحية لهذا الإيجاب صراحة كالقول بان العرض سارحتى تاريخ كذا أو لمدة أسبوع أو شهر من تاريخه أو خلال هذا العام، فإن الإيجاب يبقى ساريا ويبقى الموجب ملتزما بإيجابه طوال هذه الفترة، وفي هذه الحالة يتميز فيه الموجب بالبقاء على إيجابه يجب أن يكون صريحا، ولا يمكن أن نستخلصه من ظروف الحال أو من طبيعة التعامل، وهذا عكس ما تنص عليه القواعد العامة في القانون المدني الجزائري، وذلك بسبب أن العرض الإلكتروني الحامل للإيجاب والمبتوث على صفحات الويب على الشبكة تبدأ فعاليته منذ لحظة ظهوره على الشاشة، وانه يعتبر آنذاك قرينة على وصوله لعلم الموجب له.

أما إذا لم يعين الموجب ميعادا لإيجابه، فلا يبقى على إيجابه إلا مادام العرض قائما على الشاشة، فإذا اختفى العرض عن الصفحة التي كان معروضا عليها، فإن ذلك يعد قرينة على انتهاء الإيجاب، وإذا ما قام احد من الجمهور بطلب السلعة أو الخدمة بعد ذلك فإن طلبه هنا يعتبر إيجابا يحتاج إلى قبول المنتج أو المورد أو المعلن من جديد³⁴.

الفرع الثاني: النطاق المكاني للإيجاب الإلكتروني

إن انتشار الانترنت التي قلصت من مبدأ الدولة القطرية وأزاحت مبدأ الإقليمية السائد في القانون الكلاسيكي، بحيث إن الاتصال عبر هذا المكان الاجتماعي يتم من أية نقطة في هذه المعمورة في الحين واللحظة اللذين يرغب فيهما المتعاقدين، مما أدى إلى صعوبة تحديد النطاق المكاني للإيجاب الإلكتروني وبالتالي إلى عدم تحديد مكان إبرام العقد الإلكتروني نتيجة صعوبة تحديد مكان إرسال واستقبال الرسالة لأنها تتم عبر فضاء الكبروني cyber-space، وبالتالي يثور التساؤل حول الاعتداد بمحل إقامة المستهلك، أم المكان الذي استلم فيه الموجب القبول، أم مكان تسجيل موقع الويب؟³⁵.

لذلك فإنه من حق المهني (التاجر) أن يقيد الإيجاب بنطاق مكاني لا يسري خارجه والذي يسمى بمنطقة التغطية lieu de couverture وعلى ذلك يحق للمهني أن يحدد ويذكر صراحة بان العرض أو الإيجاب لا يسري إلا في الإقليم الذي يحدده هو³⁶ ومثال ذلك ما نص عليه المركز التجاري Infonie من أن العروض ليست صالحة إلا في الإقليم الفرنسي، كما تنص شروط المركز التجاري apple store على أن هذا المركز يبيع المنتجات في الولايات المتحدة وألاسكا وهاواي فقط³⁷.

وفي هذه الحالة لا يكون الإيجاب ساريا إلا في المكان أو الإقليم المحدد، ولا يلتزم المهني بإيجابه إلا في حدود المكان المحدد من قبله وإذا ما صادف قبولا صادرا خارج المكان أو الإقليم المحدد صراحة، فإن هذا القبول يعتبر عديما فلا ينعقد العقد. وعلى أي حال، فمن الواجب أن يولى الشرط الذي يحدد النطاق الذي يغطيه العرض قدرا كافيا من الأهمية، فرغم انه يضيق بالتأكيد من نطاق عمل التاجر من الناحية الاقتصادية، إلا أنه قد يحقق له من الناحية القانونية نوعا من الأمان إذ لن يلتزم بإبرام عقود في نطاق جغرافي وقانوني لا يسيطر عليه³⁸.

المبحث الثاني : القبول في العقد الإلكتروني

يقصد بالقبول بصفة عامة، موافقة الموجب له على الإيجاب الموجه إليه بالشروط التي تضمنها ودون تعديل، بحيث يترتب عليه انعقاد العقد إذا ما اتصل بعلم الموجب والإيجاب ما زال قائما³⁹، فإذا اختلف القبول عن الإيجاب اعتبر إجابا جديدا وليس قبولا. سنقوم بتحديد تعريف القبول الإلكتروني، والطرق الخاصة به، وحق العميل في الرجوع عنه، وكيف يتحدد زمان القبول وانعقاد البيع، وذلك من خلال أربع مطالب على التوالي.

المطلب الأول : تعريف القبول الإلكتروني

يعرف القبول الإلكتروني بأنه الرد الإيجابي عن الإيجاب من طرف الموجب له⁴⁰، يتم القبول الإلكتروني يتم عن بعد عبر تقنيات الاتصال الحديثة، ويخضع للقواعد العامة التي تنظم القبول التقليدي، إلا أنه نظرا لكونه يتم عبر وسائط ودعائم الكترونية فهو يتميز ببعض القواعد الخاصة.

نصت المادة 11 من قانون اليونسترال النموذجي المتعلق بالتجارة الإلكترونية "CNUDCI" على أنه: « يجوز استخدام رسائل البيانات للتعبير عن القبول، وأن العقد لا يفقد صحته، أو قابليته للتنفيذ لمجرد استخدام رسائل بيانات لهذا الغرض ».

كما نصت المادة 13/1 من نفس القانون النموذجي على أنه تتسبب إرادة القبول إلى المتعاقد إذا كان هو الذي أرسلها عبر تقنيات الاتصال الحديثة سواء بنفسه أو بواسطة نائب عنه. ويعتبر القبول الإلكتروني قد تم إذا تسلم مرسل الإيجاب قبول غير مشروط للإيجاب خلال التوقيت المحدد.

وتبعاً لذلك يأتي القبول الإلكتروني ضمن وسائل البيانات كحوامل للتعبير عن الإرادات، والتي غالبا ما ترد عبر البريد الإلكتروني، ويشترط في رسالة البيانات الحاملة للقبول أن تأتي يتوافق تام لرسالة الإيجاب دون زيادة أو نقصان، إذ أن أي زيادة أو نقصان قد يحولها إلى رسالة إيجاب جديد تحتاج إلى قبول.

المطلب الثاني : طرق التعبير عن القبول الإلكتروني

تكون طرق القبول في العقود التي تبرم بوسائل الكترونية بنفس طرق الإيجاب فيما المذكورة أعلاه وهي القبول عبر البريد الإلكتروني، القبول على صفحات الويب والقبول عن طريق المحادثة والمشاهدة معا⁴¹، ويتمثل القبول عبر البريد الإلكتروني في الكتابة بما يفيد

الموافقة أو باستخدام التوقيع الإلكتروني عبر البريد الإلكتروني، الذي يجب أن يكون بطريقة تحفظ سلامته وتكامله وعدم تعرضه للتعديل، وبناء على ما جاء في المادة 323 مكررا 1 من القانون المدني الجزائري فقد إعتبر المشرع البريد الإلكتروني بمثابة محرر عرفي وساوى بين حجية الكتابة الإلكترونية والكتابة العادية⁴².

أو عن طريق اللفظ من خلال غرفة المحادثة أو التنزيل عن بعد من خلال تنزيل البرنامج أو المنتج أو السلعة عبر الانترنت وتحميلها على جهاز الكمبيوتر الخاص بالقابل. ومن طرق القبول في العقد الإلكتروني النقر مرة واحدة على خانة الموافقة حيث توجد عبارة « أنا موافق »⁴³ وتستخدم مواقع الويب التي تتعامل باللغة الفرنسية في الغالب عبارات تدل على الموافقة مثل عبارة "j'accepte l'offre" أو "d'accord". أما مواقع الويب باللغة الانجليزية فتستخدم عبارة "I agree" أو "ok".

ومع ذلك فقد يشترط الموجب في إيجابه، وبغرض التأكد من صحة إجراء القبول، أن يتم عن طريق النقر مرتين double click على الأيقونة المخصصة للقبول والموجودة على الشاشة، وفي هذه الحالة فإن النقر مرة واحدة لا يرتب أثرا بشأن انعقاد العقد ويصبح القبول عديم الأثر، وغالبا ما يلجأ الموجب إلى هذه الطريقة للتأكد من موافقة القابل على التعاقد. وحتى لا يتذرع القابل بأن النقرة الأولى كانت عن طريق السهو أو الخطأ، فالنقر مرتين دليل على موافقة القابل على إبرام العقد⁴⁴.

وحيث يتم القبول من خلال النقر أو اللمس لأيقونة القبول وعلى اعتبار أن من يلامس الأيقونة المخصصة لذلك يكون قد ساير مجموعة من العمليات واطلع على كافة البيانات التي انتهت بظهور هذه الأيقونة، كما أنه حينما تكون بصدد تعاقد مباشر على الشبكة يطلب إلى العميل إبراز هويته وإدخال بياناته وتنتهي بعبارة «أنا متفهم لشروط هذا التعاقد واقبل به» ثم يظهر له ما يشير إلى الطلب منه أن يحزر موافقته بوثيقة تسمى «وثيقة الأمر بالشراء la confirmation» وفي كل الحالات فإن فعل الضغط أو اللمس على الأيقونة يفيد بان القابل قد تطابقت إرادته مع الإيجاب على كافة العناصر المحملة فيه⁴⁵.

وإذا كان السكوت وفقا للقواعد العامة التقليدية لا يصلح تعبيرا عن إنشاء الإيجاب، فإنه على العكس من ذلك قد يصلح أن يكون قبولا، وهنا يثور التساؤل عما إذا كان السكوت يمكن أن يكون تعبيرا عن إرادة احد الأشخاص في التعاقد الإلكتروني⁴⁶ غير التقليدي الذي لا يخضع للقواعد العامة؟.

نصت المادة 68/2 ق م ج على أن: «ويعتبر السكوت في الرد قبولا، إذا اتصل الإيجاب بتعامل سابق بين المتعاقدين أو إذا كان الإيجاب لمصلحة من وجه إليه».

يعتبر السكوت عن الرد قبولا إذا كان هناك تعامل سابق بين الأطراف أو اتصل الإيجاب بهذا التعامل أو تمخض الإيجاب لمنفعة من وجه إليه، غير أن هذه الحالات الاستثنائية لا يمكن قبولها على علتها في شأن القبول الإلكتروني نظرا لحدثة التعاقد عبر شبكة الانترنت فلا يمكن القول بأن العرف يلعب دورا هاما وفعالا في هذا المجال لعدم وجود معاملات كثيرة

ومستقرة تصل إلى مرحلة العرف، وبالنسبة للإيجاب الموجه لمنفعة الموجب إليه فهي حالة تتضمن عملا من أعمال التبرع دون أن يقع ثمة التزام على عاتق من وجه إليه الإيجاب فهو فرض غير مألوف على الانترنت، وكذلك فانه من الصعوبة اعتبار السكوت الملابس تعبيرا عن القبول الإلكتروني، كما في حالة التعامل السابق بين المتعاقدين والذي يحدث كثيرا عبر شبكة المعلومات الإلكترونية، فان ذلك لا يكفي من الناحية العملية لاعتبار السكوت قبولا إلا إذا كان هناك اتفاق صريح أو ضمني بين أطراف التعاقد على ذلك⁴⁷.

وقد أكد نفس الحكم نص المادة 9 من التوجيه الأوروبي رقم 7/97 المتعلق بحماية المستهلكين في التعاقد عن بعد، الذي قد اعتبر السكوت ليس قبولا.

ومما سبق يمكن القول أنه سواء جاءت صور القبول عبر البريد الإلكتروني أو كانت بشكل مباشر على الشبكة من خلال الضغط أو اللمس، فكلاهما رد ايجابي على الإيجاب مارسه القابل بتصرف ظاهر وجازم⁴⁸، وعلية لا يوجد مكان للقبول الضمني والسكوت كتعبير عن الإرادة في المعاملات الإلكترونية⁴⁹، لأن الأصل في القبول في العقد التقليدي أن يتم صراحة أو ضمنا، لكن القبول الإلكتروني يتم صراحة لا ضمنا لأنه يتم بواسطة الآلة أي برامج وأجهزة إلكترونية تعمل بشكل آلي وهذه الأجهزة لا تستطيع استخلاص إرادة المتعاقدين الضمنية⁵⁰.

المطلب الثالث: الرجوع عن القبول الإلكتروني

نصت العديد من التشريعات الدولية والوطنية على حق الرجوع عن القبول في العقود المبرمة عن بعد، وذلك من اجل توفير الحماية الكافية للقابل وهو بصدد إجراء المعاملات الإلكترونية، هذه الأخيرة التي لا تسمح للقابل المتمثل في المستهلك من إمكانية فعالية لمعاينة السلعة والإمام بخصائص الخدمة قبل إبرام العقد، بالرغم من أن هذا الحق في الواقع يمثل خروجاً عن مبدأ القوة الملزمة للعقد، إلا أنه يجد مبرره في ضرورة حماية المستهلك باعتباره الطرف الضعيف في هذه العلاقة التعاقدية.

وقد نظم العقد النموذجي الفرنسي أحكام الرجوع وذلك في البند التاسع تحت عنوان « مدة الرجوع » فنص على أن مدة الرجوع هي سبعة أيام من أيام العمل تحسب بالنسبة للسلع من تاريخ تسلم المستهلك لها، أما بالنسبة للخدمات فتحسب من يوم انعقاد العقد وذلك إذا كان المستهلك قد تسلم التأكيد من التاجر بما يتضمنه من معلومات بالبريد الإلكتروني وفي حالة عدم احترام التاجر لالتزامه بالتأكيد بالبريد الإلكتروني، تمتد مدة الرجوع إلى ثلاثة شهور تحسب بالنسبة للسلع من يوم تسلم المستهلك لها وبالنسبة للخدمات من يوم انعقاد العقد، فإذا سلم التأكيد خلال هذه الشهور الثلاثة، احتسب مدة الأيام السبعة من يوم تمام التأكيد المذكور.

وإذا باشر المستهلك حقه في الرجوع، التزام التاجر بأن يرد له المبالغ التي دفعها دون أية نفقات إضافية، وذلك خلال ثلاثين يوم كحد أقصى وهي نفس المقتضيات التي نظمها التوجيه الأوروبي رقم 97/07 الخاص بحماية المستهلك بشأن التعاقد عن بعد في مادته السادسة التي منحت للمستهلك حق الرجوع عن قبوله في مدة سبعة أيام عمل بدون إعطاء أي سبب، أو حتى

بدون أن يتعرض لأي جزاء، والالتزام الوحيد الملقى على عاتقه هو تحمل أعباء إرجاع السلع إلى المني⁵¹، وفي مناقشة مدى عدالة هذا الحق الممنوح للمستهلك في إمكانية رجوعه عن العقد يتضح الضرر الذي سيلحقه هذا الحق بالبائع سواء من حيث مركزه المالي أو من حيث مخزون البضائع⁵².

المطلب الرابع: تحديد وقت القبول الإلكتروني وانعقاد العقد

على اعتبار أن التعاقد عبر الانترنت هو تعاقد بين غائبين ذو طبيعة خاصة، وذلك لانعدام الفارق الزمني الملموس بين صدور الإيجاب وبين تلقي القبول لما تحققه شبكة الانترنت من اتصال مباشر، فوري متعاصر بين الطرفين على الرغم من أنهما غير مجتمعين في مجلس عقد واحد، ولما كان العقد ينقذ طبقاً للقواعد العامة في اللحظة التي نتقابل فيها إرادتنا الطرفين، أي أن وقت القبول هو نفس الوقت الذي ينقذ فيه العقد فكيف يمكن تحديد اللحظة التي نتقابل فيها إرادتنا المتعاقدين عبر وسيلة الانترنت؟ وبالتالي اللحظة التي ينقذ فيها العقد المبرم عبر شبكة الانترنت لعدم اجتماع طرفي التعاقد بشكل مادي في مكان واحد؟⁵³

أنه في مجال التجارة الإلكترونية عبر الانترنت، وعلى اعتبار أن هذه الأخيرة تباشر على نطاق دولي عابر للحدود بما سيؤدي بالضرورة إلى احتمال التداخل بين العديد من القوانين المتباينة في حل المشكلات الناشئة عنها، فنجد أن اتفاقية فيينا الصادرة بتاريخ 11 أبريل 1980 الخاصة بالبيع الدولي للبضائع، وهي لا تطبق إلا على عقود البيع ذات الصفة الدولية للأموال المنقولة قد فرقت بين القابل والموجب، فأخذت بنظرية استلام القبول بالنسبة للقابل وفقاً للمادة 18 منها،⁵⁴ الذي يستطيع الرجوع في قبوله متى لم يتم تسلمه من جانب الموجب، وعلى العكس بالنسبة إلى الموجب فهو ملتزم بمجرد تصدير إيجابه، وتعتبر نظرية استلام القبول، هي النظرية الشائعة في التجارة الدولية، كما أنها النظرية المعمول بها في قانون اليونسترال النموذجي المتعلق بالتجارة الإلكترونية⁵⁵.

الخاتمة:

توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى أن العقد الإلكتروني من العقود غير المسماة لم يضع له المشرع تنظيمًا خاصاً به، ومن ثم فهو يخضع في تنظيمه للقواعد والأحكام العامة الواردة في النظرية العامة للعقد.

لذلك فإن التراضي في العقد الإلكتروني هو تراضي في عقد عادي، لكن يختلف عنه في وسيلة إبرامه، فهو تراضي يبرم عن طريق وسائط الكترونية لإتمام عمليات التجارة الإلكترونية وبذلك فهو ليس استثناء من أحكام وقواعد النظرية العامة للعقد، فهو يخضع في بنائه وتركيبته إلى أحكام هذه النظرية، ويرد على كافة الأشياء والخدمات التي يجوز فيها التعامل.

إلا أن ذلك يرتبط ارتباطاً وثيقاً بتوفير الحماية والأمن لكل أطراف المعاملات المتباينة وأن يحصل كل طرف على درجة مناسبة من الثقة التي تحقق له أن ينطلق في استخدام الوسائل الإلكترونية في التعاقد نظراً لما تتميز به من سهولة وسرعة في إنجاز المعاملات التجارية،⁵⁶ هذا

رغم ما ينسب إلى هذه العقود من كونها لا تكون محمية ومؤمنة في إبرامها⁵⁷. لذلك نقترح استحداث بعض القواعد الخاصة التي تتناسب مع التقنيات الحديثة والوسائل الإلكترونية في التعاقد وذلك لأن العقد الإلكتروني ينفرد بمجموعة من الخصائص التي تميزه عن العقد التقليدي ، وأن العقد الإلكتروني يمكن أن يكون عقد إذعان حسب الوسيلة المستخدمة في انعقاده⁵⁸ ، والتي لو تركزت إلى القواعد العامة التقليدية فإن هذه القواعد تتعارض والطبيعية الخاصة للعقود الإلكترونية⁵⁹ ، وعليه ندعو المشرع الجزائري إلى أن يواكب التطور الحاصل في البيئة القانونية المتعلقة بالمعاملات الإلكترونية من خلال إقراره بصحة التعاقد المبرم بشكل الكتروني من خلال إصداره لقانون المعاملات الإلكترونية على غرار بعض الدول العربية.

كما ندعو إلى صياغة اتفاق دولي خاص يوفر من خلاله نظام قانوني قادر على حل النزاعات التي قد تنشأ بشأن التعاقد في حال وجود نزاعات بين أطراف ينتمون لأكثر من دولة حتى يكون من السهل تحديد القانون الواجب والتطبيق والمحكمة المختصة في نظر النزاع⁶⁰.

الهوامش :

- 1 بلقاسم حامدي ، إبرام العقد الإلكتروني ، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه العلوم في العلوم القانونية ، قسم الحقوق ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة الحاج لخضر باتنة ، 2014-2015 . ص - أ -
- 2 لزهري سعيد ، النظام القانوني لعقود التجارة الإلكترونية ، دارهومة ، الجزائر 2012 . ص 07.
- 3 محمد سامي سلمان ، العقد الإلكتروني ، بحث مقدم لنيل شهادة البكالوريوس في القانون ، كلية القانون جامعة القادسية العراق 2017 ، ص 01.
- 4 بلقاسم حامدي ، إبرام العقد الإلكتروني المرجع السابق ، ص - أ -
- 5 بركات كريمة ، حماية المستهلك في عقد البيع الإلكتروني ، محاضرات لطلبة السنة الأولى ماستر ، تخصص عقود ومسؤولية ، قسم القانون الخاص ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة أكلي محند أولحاج البويرة 2014-2015 ، ص 14.
- 6 منيرة عبيزة ، خصوصية العقد الإلكتروني في التشريع الجزائري ، مقال منشور بمجلة بحوث ودراسات ، دورية علمية محكمة تعني بقضايا الجزائر والعالم الاقتصادية السياسية القانونية والحضارية عن مركز البحوث والدراسات حول الجزائر والعالم ، الجزائر ، ص 107.
- 7 مسعودي يوسف ، العقد الإلكتروني في العلاقات الدولية الخاصة ، مقال منشور بمجلة دفاتر السياسة والقانون مجلة دولية محكمة تصدر عن كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة ورقلة ، العدد 09 جوان 2013 ، ص 78.
- 8 خالد ممدوح إبراهيم ، إبرام العقد الإلكتروني ، دراسة مقارنة ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، 2011 ، ص 57.
- 9 محمد بيسي ، التراضي في العقد الإلكتروني الإيجاب الإلكتروني والقبول الإلكتروني ، مقال منشور بتاريخ 07/12/2015 تحت رقم 273 بجريدة القانونية ، أول جريدة قانونية إلكترونية احترافية بالمغرب ، ص 01.
- 10 بركات كريمة ، حماية المستهلك في عقد البيع الإلكتروني ، المرجع السابق ، ص 15 و 16.
- 11 محمد بيسي ، التراضي في العقد الإلكتروني الإيجاب الإلكتروني والقبول الإلكتروني ، المرجع السابق ص 3.
- 12 خالد ممدوح إبراهيم ، إبرام العقد الإلكتروني ، دار الفكر العربي ، الإسكندرية ، 2005 ، ص 131.
- 13 لزهري سعيد ، النظام القانوني لعقود التجارة الإلكترونية ، المرجع السابق ، ص 83 ، وانظر كذلك بلقاسم حامدي ، إبرام العقد الإلكتروني المرجع السابق ، ص 69.
- 14 خالد ممدوح إبراهيم ، المرجع السابق ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، 2011 ، ص 323.
- 15 عبد الحميد بادي ، الإيجاب والقبول في العقد الإلكتروني ، مذكرة من أجل الحصول على شهادة الماجستير في الحقوق ، فرع العقود والمسؤولية ، كلية الحقوق - بن عكنون - جامعة الجزائر-1- 2011-2012 ، ص 11.
- 16 مرزوق نور الهدى ، التراضي في العقود الإلكترونية ، مذكرة ماجستير ، كلية الحقوق ، جامعه مولود معمري ، تيزي وزو ، 2012 ص 115.
- 17 حوحيمينه ، عقد البيع الإلكتروني ، دراسته مقارنة ، أطروحة دكتوراه في القانون الخاص ، جامعه سعد دحلب ، البليده ، جوان

- 2012، ص 80.
- 18 بلقاسم حامدي، إبرام العقد الإلكتروني، المرجع السابق، ص 69.
- 19 محمد يبسي، التراضي في العقد الإلكتروني الإيجاب والقبول الإلكتروني، المرجع السابق ص 4.
- 20 خالد ممدوح إبراهيم، المرجع السابق، دارالفكر الجامعي، الإسكندرية، 2011، ص 57.
- 21 بلقاسم حامدي، إبرام العقد الإلكتروني المرجع السابق، ص 119.
- 22 بركات كريمة، حماية المستهلك في عقد البيع الإلكتروني، المرجع السابق، ص 18.
- 23 محمد أمين الرومي، التعاقد الإلكتروني عبر الإنترنت، الطبعة الأولى، دارالمطبوعات الجامعية، الإسكندرية 2004، ص 91.
- 24 بركات كريمة، حماية المستهلك في عقد البيع الإلكتروني، المرجع السابق، ص 18.
- 25 محمد سامي سلمان، العقد الإلكتروني، بحث مقدم لنيل شهادة البكالوريوس في القانون، كلية القانون جامعة القادسية العراق 2017، ص 04.
- 26 لما عبد الله صادق سلهب، مجلس العقد الإلكتروني، رسالة ماجستير في القانون، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس فلسطين 2008، ص 92.
- 27 محمد أمين الرومي، التعاقد الإلكتروني عبر الإنترنت، المرجع السابق، ص 93، وانظر كذلك إسماعيل قطاف، العقود الإلكترونية وحماية المستهلك، مذكرة من أجل الحصول على شهادة الماجستير، فرع عقود ومسؤولية، كلية الحقوق - بن عكنون- جامعة الجزائر 2005-2006، ص 16.
- 28 لما عبد الله صادق سلهب، مجلس العقد الإلكتروني، المرجع السابق، ص 92.
- 29 محمد يبسي، المرجع السابق، ص 4.
- 30 بركات كريمة، المرجع السابق، ص 19.
- 31 مخلوفي عبد الوهاب، التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت، أطروحة دكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر باتنة 2012 ص 96.
- 32 مخلوفي عبد الوهاب، التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت، المرجع السابق، ص 97، وأنظر كذلك ذ محمد يبسي، المرجع السابق، ص 5.
- 33 بركات كريمة، المرجع السابق، ص 20.
- 34 بركات كريمة، المرجع السابق، ص 21.
- 35 خالد ممدوح إبراهيم، المرجع السابق، ص 390.
- 36 بركات كريمة، المرجع السابق، ص 22.
- 37 مخلوفي عبد الوهاب، المرجع السابق، ص 98، أنظر كذلك ذ محمد يبسي، المرجع السابق، ص 6.
- 38 محمد يبسي، المرجع السابق، ص 6.
- 39 محمد يبسي، المرجع السابق، ص 6.
- 40 عبد الحميد بادي، الإيجاب والقبول في العقد الإلكتروني، المرجع السابق، ص 30.
- 41 عبد الحميد بادي، المرجع السابق، ص 36.
- 42 لغلام عزوز، القبول الإلكتروني صور التعبير عنه شروطه، مقال منشور بمجلة آفاق للعلوم دورية دولية علمية، لغوية، أدبية، ثقافية، تربوية، محكمة تصدر عن جامعة الجلفة، العدد التاسع 2017، ص 267.
- 43 عجالي بخالد، النظام القانوني للعقد الإلكتروني في التشريع الجزائري- دراسة مقارنة - أطروحة دكتوراه في العلوم تخصص القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2014، ص 181.
- 44 محمد يبسي، المرجع السابق، ص 7.
- 45 بركات كريمة، المرجع السابق، ص 24.
- 46 محمد يبسي، المرجع السابق، ص 9.
- 47 محمد يبسي، المرجع السابق، ص 9.
- 48 بركات كريمة، المرجع السابق، ص 25.
- 49 لغلام عزوز، القبول الإلكتروني صور التعبير عنه شروطه، المرجع السابق، ص 271.
- 50 يحيى يوسف فلاح حسن، التنظيم القانوني للعقود الإلكترونية، رسالة ماجستير في القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس فلسطين 2007، ص 55.
- 51 محمد يبسي، المرجع السابق، ص 10.
- 52 يحيى يوسف فلاح حسن، التنظيم القانوني للعقود الإلكترونية، المرجع السابق، ص 57.
- 53 بركات كريمة، المرجع السابق، ص 26.
- 54 إسماعيل قطاف، العقود الإلكترونية وحماية المستهلك، المرجع السابق، ص 19.

خصوصية التراضي في العقود الإلكترونية

- 55 بركات كريمة ، المرجع السابق، ص 28 و29.
56 محمد بيبي، المرجع السابق ، ص11.
57 محمد سامي سلمان، المرجع السابق، ص 14.
58 منيرة عبيزة، خصوصية العقد الإلكتروني في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 119.
59 محمد سامي سلمان، المرجع السابق، ص 14.
60 محمد سامي سلمان، المرجع السابق، ص 14.