

المسئولية عن الإشهار الإلكتروني في التشريع الجزائري وفقا لقانون التجارة الإلكترونية

عتو الموسوس¹

ملخص:

لقد ساهم التطور التكنولوجي في مجال الاتصالات في إيجاد طرق جديدة للإعلان عن السلع والخدمات، فبعدما كان يعتمد على الوسائل السمعية البصرية، أصبح يعتمد بشكل كبير على المواقع الإلكترونية للإعلان عن السلع والخدمات، ومن أجل تنظيم الإشهار الإلكتروني فقد أصدر المشرع الجزائري القانون رقم 05-18 الخاص بالتجارة الإلكترونية، حيث تضمن بعض الأحكام التي تحدد التزامات المعلن، دون أن يحمل مقدم الخدمة أي مسؤولية عن الإشهار الخادع أو الكاذب إلا في حالة ما إذا كانت حالة عدم مشروعية الإشهار واضحة كالإعلان عن المواد الصيدلانية، الإعلانات الخاصة بأعمال القمار واليانصيب، الإعلانات الخاصة بالمواد الصيدلانية، الإعلان عن المنتجات التي تمس بحقوق الملكية الإعلانات الخاصة بالتبغ، الإعلان عن كل سلعة أو خدمة محظورة الفكرية أو الصناعية أو التجارية، الإعلان عن العتاد والتجهيزات والمنتجات بموجب التشريع المعمول به، الحساسة.

الكلمات المفتاحية: التجارة الإلكترونية، الدعاية الكاذبة، السلع والخدمات، المسؤولية، الموقع الإلكتروني.

1 atousba@gmail.com, ORCID Number: 0000-0003-4812-1066. معهد الحقوق المركز الجامعي احمد زبانه

10.06.2019 : (تاريخ إرسال البحث) **Yayın Kuruluna Ulaştığı Tarih**

10.07.2019 : (تاريخ قبول البحث) **Yayınlanmasının Uygun Görüldüğü Tarih**

RESPONSIBILITY FOR ELECTRONIC ADVERTISING IN ALGERIAN LEGISLATION IN ACCORDANCE WITH THE ELECTRONIC COMMERCE LAW N° 18-05

Attou El- Mossouess

ABSTRACT

The technological development in the field of communications has contributed to finding new ways to advertising goods and services. After having relied on audiovisual means for years, the field of advertising started relying heavily on websites for advertising goods and services. And so in order to regulate electronic advertising, the Algerian legislator has passed Law n° 18-05 on electronic trading services, which includes certain provisions that specify the obligations of the advertiser, without the service provider holding any responsibility for false advertising, except in the case of illegal advertisements about pharmaceutical products, also advertisements for gambling and tobacco, in addition to products affecting intellectual, industrial or commercial property rights, added to any prohibited goods or services under applicable legislation, and sensitive materials, equipments and products.

Key words: *Trade, electronic services, false advertising, goods and services, responsibility, website.*

مقدمة:

يعد الإشهار من أهم الوسائل التي يعتمد عليها المنتج من أجل الترويج لسلعه وخدماته، لدفع المستهلك نحو الإقبال على اقتناء السلع والخدمات، وقد ساهم التطور التكنولوجي في مجال الاتصالات في ظهور طرق جديدة للإشهار، بعدما كان المعلن يعتمد على وسائل الإعلام التقليدية، والمتمثلة في التلفزيون والراديو والجراند والملصقات، والتي من سلبياتها المبالغ المالية الطائلة التي يدفعها المعلنين، مما دفعهم إلى اللجوء إلى الإشهار عبر شبكة الانترنت والتي تتميز بقلّة التكلفة، وتعطي الإمكانية لأي شخص أن يكون

معلن، بمجرد امتلاكه لحاسب آلي واشترك في شبكة الانترنت، فهي تختلف عن وسائل الإعلام والاتصال، في سهولة النشر عبر هذه الشبكة دون الحاجة إلى الحصول على ترخيص بالنشر، أو توفير العديد من الأجهزة التي يديرها مختصين في مجال الإعلام والاتصال، فأصبح كل شخص ناشر ومؤلف، كما أن الإنترنت يساعد على تغيير تقنيات التسويق والإعلان، وقد اعتبر بالفعل أن العلاقة المباشرة بين المعلن المستهلك ستكون قاعدة الاتصال التجاري والإعلاني للشبكة (المعروفة باسم "واحد إلى واحد")⁽²⁾. كما الإشهار على شبكة الانترنت يؤدي إلى التهرب من الالتزامات القانونية المفروضة على المعلن، بالنظر لضعف الرقابة التي تمنح المعلن إمكانية للتهرب من التزاماته القانونية، كما تمكنه من الإعلان منتجات وخدمات، قد تكون ممنوعة من الإشهار في وسائل الإعلام التقليدية.

وإذا كان لا يطرح أي إشكال بالنسبة لمسئولية المعلن، الذي يعتبر مسئول مدنيا جزائيا عن الإشهار المظلل أو الخادع، إلا أنه يطرح الإشكال حول مسئولية مقدمي خدمة الاتصال عبر شبكة الانترنت، الذين حلو محل وسائل الإشهار التقليدية، هذه الأخيرة التي نظم المشرع التزاماتها القانونية في حالة الإخلال بالقواعد التي تحكم الإشهار، إذ أن هذا التطور يثير مسألة تكييف قواعد القانون، ومدى انطباق الأحكام التي تحكم الإعلانات على وسائل الإعلام التقليدية على الإعلانات التجارية على شبكة الإنترنت.

وهو ما دفعنا إلى البحث في مسئولية مقدمي خدمات الاتصال عبر شبكة الانترنت عما يبث فيها من إعلانات مضللة أو خادعة، والذين لا يمكن أن يتم الإشهار إلا بتدخل منهم؟.

وللإجابة على هذه الإشكالية فمن الواجب أولا التعريف بالإشهار التجاري الالكتروني الكاذب أو المظلل وتبيان أشكاله، ثم سنتطرق إلى الحالات التي يمكن أن يعتبر فيها

²-Jean-Marc Coblence et Jean-Philippe Sala-Martin, Communication commerciale et publicité sur internet, <http://www.caprioli-avocats.com/fr/informations/publicite>. le 17/01/2018.

مستخدمي خدمة الاتصال عبر شبكة الانترنت مسئولون عما يبث من اشهارات مظلمة أو كاذبة.

المبحث الأول: مفهوم الإشهار الالكتروني الخادع أو المظلل وأشكاله

يقصد بالإشهار بصفة عامة على انه إخبار يتولاه محترف، من أجل التعريف بسلع وخدمات قصد تبيان مزاياها والترغيب فيها من قبل المستهلك، وذلك لترك انطباع ايجابي من المستهلكين، لدفعهم إلى الإقبال على اقتناء السلع والخدمات المعلن عنها⁽³⁾.

وقد عرف المشرع الجزائري الإشهار في القانون رقم 04-02 المؤرخ في 2004/07/23⁽⁴⁾ الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية في المادة الثالثة منه بأنه: "الإشهار كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى الترويج لبيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة".

كما عرفه المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 1990/01/30 المتعلق بالجودة وقمع الغش⁽⁵⁾ في المادة الثانية على أنه: "جميع الاقتراحات أو الدعايات أو العروض أو الإعلانات أو المنشورات أو التعليمات المعدة لترويج تسويق سلعة بواسطة أسانيد بصرية أو سمعية".

أما الإشهار الالكتروني فقد عرفه المشرع الجزائري من خلال 06 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية⁽⁶⁾ بأنه: "الإشهار الالكتروني كل إعلان يهدف بصورة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الالكترونية".

³ -بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2006، ص 166.
⁴ - القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر عدد 41 صادرة بتاريخ 27 يونيو 2004.
⁵ - المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، جريدة رسمية عدد 05، سنة 1990،
⁶ - القانون 18-05 المؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الالكترونية جريدة رسمية عدد 28 صادرة بتاريخ 16 مايو 2018.

أما التوجيه الخاص بالتجارة الالكترونية رقم 31-2000⁽⁷⁾ الصادر بتاريخ 08 جانفي 2000 فقد عرفه بأنه: " كل شكل من أشكال الاتصال موجه إلى تسويق السلع والخدمات مباشرة أو بصورة غير مباشرة، أو صورة مشروع أو منظمة أو شخص له نشاط تجاري، صناعي حرفي أو يمارس نشاط منظم".

وبالنسبة للمشرع الفرنسي فقد عرفه في القانون 79-1150 الصادر بتاريخ 1979/17/29 المتعلق بالحماية من اللافتات الإعلانية المعلقة على الجدران⁽⁸⁾ وذلك في المادة الثالثة منه بأنه: " يعتبر إشهار كل إعلان للجمهور وجذب انتباههم سواء كان نموذجيا أو صورة".

كما عرفته اللائحة رقم 92-280⁽⁹⁾ الصادرة في 27 مارس 1992 فقد عرفته بأنه: " كل شكل لرسالة تلفزيونية مذاعة بأجر أو بدونه، لتقديم الأموال أو الخدمات في إطار نشاط تجاري أو صناعي أو فني أو مهن حرة من أجل الازدهار التجاري لشركة عامة أو خاصة".

وما يلاحظ على هذه التعريفات أنها لم تعرف الإشهار الالكتروني، الذي يختلف بشكل كبير عن الإشهار غير الالكتروني، أو بالأحرى التقليدي، خصوصا في وسيلة الترويج للسلع والخدمات وطرق الإشهار التي يعتمد عليها المعلن. وعلى أساس ذلك سنتطرق إلى تعريف الإشهار الالكتروني الكاذب أو المظلل، ثم سنتطرق إلى أشكاله.

⁷ - Directive 2000/31 / CE du Parlement européen et du Conseil du 8 juin 2000 relative à certains aspects juridiques des services de la société de l'information, en particulier du commerce électronique, dans le marché intérieur ("directive sur le commerce électronique").

⁸ - Loi n° 79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et préenseignes, Modifié par Loi n°85-729 du 18 juillet 1985 - art. 41 JORF 19 juillet 1985, Abrogé par Ordonnance n°2000-914 du 18 septembre 2000 - art. 5 (V) JORF 21 septembre 2000.

⁹ - Décret n° 92-280 du 27 mars 1992 pris pour l'application des articles 27 et 33 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 et fixant les principes généraux définissant les obligations des éditeurs de services en matière de publicité, de parrainage et de téléachat.

المطلب الأول: تعريف الإشهار الالكتروني الخادع والمظلل

سننظر في التعريف التشريعي ثم للتعريف الفقهي.

أولاً: التعريف التشريعي

يجب التنويه إلى أن الإشهار الكاذب هو الذي يتضمن معلومات وادعاءات كاذبة، كأن يوصف المنتج بأنه طبيعي بينما هو اصطناعي، بينما الإشهار المظلل هو الذي يتضمن معلومات تؤدي إلى إيقاع المستهلك في الغلط، ويختلف الإشهار المظلل عن الكاذب أن الإشهار المظلل لا يستوجب الكذب، على أنهما وجهان لعملة واحدة وكلاهما ممنوع وهدفه هو إيقاع المستهلك في الغلط من أجله دفعه إلى اقتناء الخدمة أو السلعة⁽¹⁰⁾.

عرفه المشرع الجزائري الإشهار الكاذب أو المظلل في المادة 28 من القانون 04-02 بأنه: "دون الإخلال بالأحكام التشريعية والتنظيمية الأخرى المطبقة في هذا الميدان، يعتبر إشهار غير شرعي وممنوعاً كل إشهار تضليلي لاسيما إذا كان:

1- يتضمن تصريحات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتج أو خدمة أو بكمية أو فرته أو مميزاته.

2- يتضمن عناصر يمكن أن تؤدي إلى الالتباس مع بائع آخر أو مع منتجاته أو خدماته أو نشاطه

3- يتعلق بعرض معين لسلع أو الخدمات في حين أن العون الاقتصادي لا يتوفر على مخزون كافي من تلك السلع أو لا يمكنه ضمان تلك الخدمات التي يجب تقديمها عادة بالمقارنة مع ضخامة الإشهار".

¹⁰ منية شوايدية، ضوابط حماية المستهلك من الإشهار الكاذب وفقاً للمرسوم التنفيذي رقم 13-378، مجلة تطوير العلوم الاجتماعية، العدد الثاني عشر، جوان 2015، ص 146.

ولم يعرف المشرع الجزائري من خلال قانون التجارة الالكترونية 18-05 الإشهار الالكتروني الكاذب والمظلل وإنما بين ما يجب أن يلتزم به المورد الالكتروني في الرسالة الاشهارية التي يعرضها عن طريق وسيلة الكترونية وهو ما نصت عليه المادة 30 على أنه: "دون المساس بالأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها في هذا المجال، كل إشهار أو ترويج أو رسالة ذات طبيعة أو هذه تجاري تتم عن طريق الاتصالات الالكترونية يجب أن يلبي المقتضيات الآتية:

- أن تكون محددة بوضوح كرسالة تجارية أو اشهارية،
- أن تسمح بتحديد الشخص الذي تم تصميم الرسالة لحسابه،
- ألا تمس بالآداب العامة والنظام العام،
- أن تحدد بوضوح ما إذا كان هذا العرض التجاري يشمل تخفيضات أو مكافآت أو هدايا، في حالة ما إذا كان هذا العرض تجاريا أو تنافسيا أو ترويجيا،
- التأكد من أن جميع الشروط الواجب استيفائها للاستفادة من العرض التجاري، ليست مضللة ولا غامضة".

أما المشرع الفرنسي فعرفه في قانون الاستهلاك بمقتضى المادة 1/121 والتي تنص على أن الإعلان الخادع هو: "كل إعلان يشمل في أي شكل كان، ادعاءات، بيانات أو تقديمات كاذبة أو من شأنها أن توقع في الغلط، إذا كانت واردة على عنصر أو العديد من العناصر التالية: الوجود، الطبيعة، التكوين، الجودة الأساسية والنطاق المفيد، النوع، المصدر والأصل، الكمية، طريقة التصنيع وتاريخه، الملكية، ثمن البيع وشرطه في السلع والخدمات محل الإعلان، شروط الاستعمال، أسباب البيع وطرقه أو أداء الخدمات، مجال التعهدات الواقعة على المعلن شخصيته، صفته وصلاحيات الصانع والبائعين للمرة الثانية، المسبوقين أو المؤدين"¹¹.

¹¹ -Créé par LOI n°2008-776 du 4 août 2008 - art. 84 Abrogé par Ordonnance n°2016-301 du 14 mars 2016 - art. 34 (V)

وبالنسبة للمشرع المصري فقد عرف الإشهار الكاذب بموجب المادة 17 من القرار رقم 886 لسنة 2006 الصادر عن وزارة الصناعة بتاريخ 2006/11/30 والمتضمن اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك بأنه: يعد إعلانا خادعا الإعلان الذي يتناول منتج أو يتضمن عرض أو بيان أو ادعاء كاذب أو أي أمر آخر ينصب بصفة خاصة على عنصر أو أكثر من العناصر التالية متى كان من شأنه أن يؤدي بطريقة مباشرة أو غير مباشرة إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مظلل مهما كانت وسيلة الإعلان...".

ثانيا: التعريف الفقهي

عرف جاني من الفقه الإعلان أو الإشهار الالكتروني بأنه: " كل إخبار تجاري أو مهني يقوم به التجار ومقدمو الخدمات باستخدام الوسائل الالكترونية، يكون له دور في إعلام جمهور المستهلكين بمزايا السلع والخدمات، من أجل تحفيزهم وإقبالهم على التعاقد"⁽¹²⁾.

ويتبين من خلال التعريف خصائص الإشهار التجاري الالكتروني، فهو يوجه إلى كافة جمهور المستهلكين، إذ يجب أن لا يوجه إلى شخص محدد بذاته، كما يجب أن يكون مضمونه إعلام المستهلك بمزايا السلع والخدمات، وان يهدف إلى تحفيزه ودعوته للتعاقد واقتناء السلع والخدمات، كما يجب أن يتميز بالطابع التجاري، وأهم خاصية تميزه عن الإشهار التقليدي هو أن يتم باستخدام وسيلة الكترونية والمتمثلة في شبكة الانترنت مهما كان الجهاز الموصول بالشبكة سواء كان هاتف نقال أو جهاز حاسب آلي.

أما الإشهار الالكتروني الكاذب فيعرف بأنه: " ذلك الإعلان الذي يقوم فيه المعلن سواء كان تاجرا أو مقدما لخدمة باستخدام ألفاظ وعبارات كاذبة حول الخصائص والمميزات الجوهرية للسلعة أو الخدمة المعلن عنها الكترونيا، بما يؤدي إلى إيقاع المستهلك في خداع إعلاني يدفعه إلى التعاقد أو يزيد من إقباله على التعاقد"¹³.

المطلب الثاني: أشكال الإشهار التجاري الالكتروني الخادع أو المظلل

12 - أمية أحمد محمد أحمد، حماية المستهلك في عقود التجارة الالكترونية، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2016، ص 74.

13 - كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الالكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2012، ص 180.

تتنوع الاشهارات الالكترونية حسب الطريقة المستعملة في الإعلان مثلما هو الحال بالنسبة للإشهار التقليدي، وتتمثل أشكال الاشهارات الالكترونية التي تتم عبر شبكة الانترنت في الشرائط الاعلانية، الرسائل المختلفة، البريد الالكتروني، الإحالة بأدوات البحث، الارتباط التشعبي.

أولاً: الشريط الاعلاني

يعد من أكثر أشكال الإعلانات شيوعاً، وهو عبارة عن مستطيل إعلاني يوجد في أعلى الصفحة الرئيسية أو في أسفلها، وقد يحتوي على ارتباطات تقود إلى الصفحة الرئيسية لموقع المعلن، وتقاس فاعلية الشريط الاعلاني بمدى فاعليته في دفع المستخدم للدخول إلى موقع المعلن⁽¹⁴⁾، وما يميزه كذلك هو أنه يظهر للمتصفح دون طلب منه في غالب الأحيان، كما قد لا يكون من الممكن التخلص منه لعدم وجود ما يمكن من ذلك، ويعد الشكل الشائع من أشكال الإعلانات التجارية الالكترونية⁽¹⁵⁾.

يتخذ الشريط الاعلاني عدة أشكال، فقد يظهر في شكل شريط ثابت، أو الشريط بالرسوم المتحركة، أو إعلان الفواصل والنوافذ الصغيرة التي تظهر فجأة على صفحة الموقع⁽¹⁶⁾.

ثانياً: المواقع

بعد ظهور التجارة الالكترونية التي تعتمد أساساً على الانترنت من اجل إبرام العقود، وجد مستعملي هذه الطريقة الحديثة للتعاقد أسهل وسيلة للترويج لمنتجاتهم وخدماتهم من خلال وضع إعلاناتهم التجارية فيها.

ويعد القضاء الألماني أول من اعتبر الموقع الالكتروني كوسيلة إعلان بتاريخ 1997 وقد صدر هذا الحكم من قبل محكمة (Colence) ، وتبعه في ذلك القضاء الفرنسي

14 - محمد عبد حسن العامري، جعفر شهيد هاشم، دور وسائل الإعلام الالكترونية في حماية المستهلك دراسة ميدانية للإعلانات المظلمة في الانترنت. ص 542 . مقال منشور على الموقع <https://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=76261> / اطلع عليه بتاريخ 2018/01/12.

15 - أمينة أحمد محمد أحمد، المرجع السابق، ص 76.

16 - محمد عبد العامري، جعفر شهيد هاشم، المرجع السابق، ص 40.

بتاريخ 31 مارس 2000 في حكم صادر عن محكمة استئناف رين (Rennes)⁽¹⁷⁾، خاص بوقع بنك، حيث كان هذا الموقع يعرض مزايا بطاقة الائتمان مع إغفال بعض المعلومات، ودفع البنك في الاستئناف بأن الموقع الانترنت لا يكون دعامة إعلانية، واعتبر المحكمة أن عدم إمكان الرجوع إلى الموقع واستشارته إلا بعد الاشتراك واختيار الموقع بواسطة المستعمل للانترنت لا يغير في الطابع الإعلاني للإعلانات التي تتم عليه، ويشبه بذلك الموقع صحيفة الإعلانات⁽¹⁸⁾.

وما يميز هذا الشكل من أشكال الإعلان الالكتروني هو قلة التكلفة، وهو ما يدفع أصحاب المواقع التجارية إلى الاهتمام به، من خلال الإشكال والرسومات والصور والألوان والأصوات التي توضع بالإعلان، بالإضافة إلى العبارات المغرية، لجذب المستهلكين⁽¹⁹⁾.

ثالثاً: الإعلان بالرسائل البينة

وهي رسائل تظهر في صفحتين أو أكثر من صفحات الانترنت عندما ينتقل المستخدم بين الصفحات، يغطي هذا الإعلان كامل الشاشة، ويستخدمها المعلنون للإشارة إلى مواقعهم، أو إلى السلع والخدمات التي يقدمونها، أو البريد الالكتروني الخاص بالمعلن⁽²⁰⁾، ويظهر لبعض دقائق في اللحظة التي يطلب فيها من قبل المستعمل تحميل الصفحة المطلوبة، وذلك بهدف نشر الرسالة الإعلانية⁽²¹⁾.

¹⁷ - arrêt rendu le 31 mars 2000, la cour d'appel de Rennes . *CA Rennes (1re chambre B) Légipresse n° 172, juin 2000, III p. 97. affaire Compagnie Financière... a clairement indiqué* : « Un site internet est susceptible de constituer un support publicitaire : il permet la communication au public de textes et d'images, destinés éventuellement à présenter au public le consultant des marques des services et des marchandises et à inciter à la conclusion de contrats avec les consommateurs potentiels. Le fait que le site ne puisse être consulté qu'après abonnement et choix du site par l'utilisateur de l'internet ne change en rien le caractère publicitaire des annonces qui peuvent y être faites [...] Le critère essentiel du support de publicité réside dans le fait qu'il puisse véhiculer un message commercial quelle qu'en soit la forme ».

¹⁸ - كوثر سعيد عدنان خالد، المرجع السابق، ص 114.

¹⁹ - نفس المرجع، ص 115.

²⁰ - أمينة أحمد محمد أحمد، المرجع السابق، ص 76.

²¹ - كوثر سعيد عدنان خالد، المرجع السابق، ص 112.

رابعاً: البريد الإلكتروني

يعد البريد الإلكتروني الخدمة الأكثر استعمالاً من قبل مستخدمي شبكة الانترنت، فهو أصبح يقوم بنفس الدور الذي كان يقوم به البريد التقليدي⁽²²⁾، حيث يعد الوسيلة المثلى للاتصال بين الأفراد والمؤسسات العامة والخاصة، وتطور استخدامها وصارت ورقة رابحة بالنسبة لأصحاب الأعمال تمكنهم من الاتصال السريع وتسهل اختراق الحوائط والجدران وتستبيح الحدود والحواجز وتعتبر وسيلة سهلة للاتصال⁽²³⁾.

ولم يعرف المرسوم التنفيذي رقم 98-257 الذي يضبط شروط وكيفيات إقامة خدمات انترنت واستغلالها البريد الإلكتروني بل بين فقط الخدمات التي يقدمها هذا الأخير من خلال نص المادة الثانية التي تنص بأنه: «- البريد الإلكتروني: E.MAIL

-خدمات تبادل رسائل إلكترونية بين المستعملين.

- تلتانات "telenet"⁽²⁴⁾.

- خدمة النفاذ إلى حواسيب متباعدة بصيغة المحاكاة الطرفية».

إلا أن المرسوم التنفيذي رقم 01-123 المتعلق بنظام الاستغلال المطبق على كل نوع من أنواع الشبكات بما فيها اللاسلكية الكهربائية، وعلى مختلف خدمات المواصلات السلكية واللاسلكية⁽²⁵⁾، قد عرف في الملحق الرسائل الإلكترونية بأنها: «هي بمثابة تبادل وقراءة وتخزين معلومات في شكل رسائل معطيات بين الموزعات الموجودة في مواقع متباعدة. ويمكن المرسل إليه (أو المرسل إليهم) قراءة الرسالة المبعوثة في وقت حقيقي أو في وقت مؤجل.

²²- محمود السيد عبد المعطي خيال، الانترنت وبعض الجوانب القانونية، دار النهضة العربية، القاهرة، 1988، ص 10.

²³- صلاح محمد أحمد دياب، الحماية القانونية للحياة الخاصة للعامل وضماناتها في ظل الوسائل التكنولوجية الحديثة، دار النهضة العربية، 2007، ص 136.

²⁴- التلنت هو اسم برنامج الدخول عن بعد الذي يستخدمه بروتوكول TCP/IP وهو يقيس إلى أي حد تبعد أو تقترب الحاسبات الآلية لكي تتصل ببعضها البعض أثناء الدخول إلى جلسات الحوار. محمود السيد عطية، المرجع السابق، ص 14.

²⁵- المرسوم التنفيذي رقم 01-123 المؤرخ في 13 صفر عام 1422 الموافق ل 9 مايو سنة 2001، ج. ر. ج العدد 27.

تخضع هذه الخدمة لتوصيتي الاتحاد الدولي للاتصالات x-400 و x-500 UTT.T «L».

وعرفه المشرع الفرنسي في القانون الخاص بالثقة في الاقتصاد الرقمي الصادر بتاريخ 21 يونيو 2004 في المادة الأولى بأنه: " كل رسالة أيا كان شكلها نصية أو صوتية أو مصحوبة بصور وأصوات يتم إرسالها عبر شبكة عامة للاتصالات، ويتم تخزينها على احد خوادم هذه الشبكة أو في المعدات الطرفية للمرسل إليه حتى يتمكن هذا الأخير من استعمالها".

وتعتبر الإعلانات التي ترسل عبر البريد الالكتروني، من أهم صور الإعلانات الالكترونية⁽²⁶⁾، فمن خلال البريد الالكتروني يستطيع المعلن إرسال رسائل واستقبالها من أي شخص يملك بريدا الكترونيا، وما يميز هذه الخدمة هو أنها تتم مجانا ولا يستغرق إرسال الرسالة سوى ثوان معدودة⁽²⁷⁾.

ورغم أن البريد الالكتروني يعد من الأمور التي تدخل في الحياة الخاصة للإنسان، والتي لا يمكن الاطلاع عليها من قبل الغير إلا بموافقتهم، إلا أن المعلن أصبح يستعمل البريد الالكتروني لإرسال إعلانات غير مرغوب فيها.

وإذا كانت الإعلانات التي تتم عبر البريد الالكتروني تمثل إزعاجا بالنسبة للمستقبل، فإنها تحقق فوائد بالنسبة للمعلن نظرا لقلة تكلفتها مقارنة بالبريد العادي، بالإضافة إلى سرعة وصولها إلى المرسل إليه⁽²⁸⁾.

خامسا: الإحالة بأدوات البحث

يستعمل المعلنون للتسويق لموقع تجاري وتعريف المتصفحين للشبكة به، ما يسمى بأدوات البحث أو موتور البحث، وهو: " برنامج استكشافي يسمى "ROBOT" وهو يزور باستمرار المواقع الالكترونية والفهارس بطريقة آلية، على أساس المعلومات طبقا لكلمات المفاتيح التي يتضمنها، وإذا تم البحث على موقع موتور أو أداة البحث وذلك بلفظ

26 - أمينة أحمد محمد أحمد، المرجع السابق، ص 117.

27 - كوثر سعيد عدنان خالد، المرجع السابق، ص 78.

28 - أمينة أحمد محمد أحمد، المرجع السابق، ص 81.

أو أكثر من المفاتيح اللفظية، يعلن الموقع سلسلة من الوثائق ردا على ذلك ذات نصوص متعددة⁽²⁹⁾.

المبحث الثاني: مدى مسؤولية مقدمي خدمات الاتصال عن الإشهار المضلل والخادع
تعتبر الوسيلة الناقلة للإعلان أو الإشهار الوسيط بين المعلن والمستهلك، فهو الذي ينقل الرسالة الاشهارية للمتلقي، وقد أضافت التكنولوجيا الحديثة في مجال الاتصالات وسائل جديدة ناقلة للإعلان وهم مقدمي خدمة الاتصالات، حيث ثار جدال كبير بين الفقه حول مدى مسؤولية هؤلاء عن الإعلانات الكاذبة والمضللة من عدمها، وحالات وجود مثل هذه المسؤولية، باعتبار أن دور هؤلاء يقتصر على تسهيل عملية الدخول إلى شبكة الانترنت، وليس الإشراف الكامل على نقل الإعلان، ويتمثل هؤلاء في مقدم خدمة الاتصال، ووسطاء الاتصال عبر شبكة الانترنت.

المطلب الأول: قيام مسؤولية مقدم خدمة الاتصال عبر شبكة الانترنت

عرف المشرع الجزائري مقدم خدمة الاتصال من خلال القانون رقم 04-09 الذي يتضمن للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال ومكافحتها⁽³⁰⁾ في المادة 02 فقرة د بأنه: "مقدمو الخدمات: 1- أي كيان عام أو خاص يقدم لمستعملي خدماته، القدرة على الاتصال بواسطة منظومة معلوماتية و/أو نظام للاتصالات.
2- وأي كيان آخر يقوم بمعالجة أو تخزين معطيات معلوماتية لفائدة خدمة الاتصال المذكورة أو لمستعمليها".

عرف المشرع الفرنسي مقدم خدمة الاتصال في المادة I/6 /1 من القانون الخاص بالثقة في الاقتصاد الرقمي بأنه: "الأشخاص الذين يتمثل نشاطهم في تزويد الجمهور بالدخول إلى خدمات الاتصال على الشبكة وإعلام المشتركين بوجود وسائل تقنية تمكنهم من تقييد الدخول إلى بعض الخدمات أو اختيارها ويعرضون عليهم على الأقل إحدى هذه الوسائل".

²⁹ - كوثر سعيد عدنان خالد، المرجع السابق، ص 118.

³⁰ - القانون رقم 04-09 المؤرخ في 05 غشت 2009، ج.ر عدد 47 الصادرة بتاريخ 16 غشت 2009.

وفقا للتعريف فان مقدم خدمة الاتصال يقتصر دوره على تمكين مستخدمي الشبكة من الدخول ليها، ومن ثم الدخول إلى الموقع الالكتروني الذي يتضمن إشهار كاذب أو مظل، دون أن يكون له دور -من حيث المبدأ- في تزويد الموقع الالكتروني الاشهاري بالمحتوى أو إدارته أو تعديل مضامينه(31).

ما يلاحظ أنه من بين الالتزامات الأساسية التي يفرضها القانون والتي تترتب على تقديم خدمات الاتصال هي الالتزام بالسرية، وهو الالتزام الذي يقع على عاتق شخص الأمين، بعدم إفشاء الوقائع والمعلومات التي تصل إلى علمه بطريقة مباشرة من صاحبها، أو بطريقة غير مباشرة بمناسبة القيام بتقديم خدماته(32)، حيث تلتزم شركات تقديم خدمات الاتصال بالحفاظ على سرية بيانات المشترك، بعدم إفشاء أي معلومات تخصه سواء اسمه أو عنوانه، كما تلتزم بالمحافظة على سرية المعلومات المرسلة والمستقبله منه.

وخلافا للحالات التي يكون فيها مقدم خدمة الاتصال عبر شبكة الانترنت هو المعلن، وهو الذي قام بوضع إشهار الكتروني خادع أو مضلل، ففي هذه الحالة لا يطرح إشكال حول مسئوليته المدنية أو الجزائية كونه يعتبر في مركز المعلن، ويتعرض لنفس العقوبات المقررة قانونا لهذا الأخير، إلا أنه في غالب الأحيان قد لا تربطه أي صلة بالإعلان، ويقتصر دوره على أنه يسهل دخول المعلن والمستهلك إلى شبكة الانترنت أي يكون حلقة الوصل بينهما.

وقد يكون مقدم الخدمة مسئول مسئولية عقدية أو تفصيرية في الحالات التالية:

أولاً: مسئولية مقدم الخدمة مسئولية عقدية

من الممكن أن يعتبر مقدم الخدمة مسئول مسئولية عقدية تجاه مستخدم شبكة الانترنت، إذا ربطه بهذا الأخير عقد، ويقتضي العقد المبرم بين المستخدم ومقدم خدمات الاتصالات، حصول هذا الأخير على بعض البيانات الشخصية للمشارك بغرض إبرام عقد الإشراك، مثل رقم الهاتف الشخصي وعنوانه ولقبه واسمه، والبريد الالكتروني، وهذه البيانات

31- أروى تقوى، المسئولية المدنية للمواقع الالكترونية الإعلامية، مجلة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية- المجلد- 30 العدد الأول-2014، ص 456.

32 - معتز نزيه المهدي، الالتزام بالسرية والمسئولية المدنية، بحث منشور في مجلة القانون والاقتصاد الصادرة عن كلية الحقوق جامعة القاهرة، العدد82، 2009، ص381.

تفرض على مقدم الخدمة واجب الصمت إزاء كل ما يصل إلى علمه وعدم إفشائها تنفيذاً للالتزام بالسرية، وهو التزام عام على المورد وكافة العاملين لديه⁽³³⁾. وتعتبر من بين الحالات التي يعتبر فيها مقدم الخدمة مسئولاً مسؤولية عقدية، في حالة إفشاء البريد الإلكتروني للمشاركين، لصالح المعلنين من أجل إرسال بريد إلكتروني يتضمن رسائل إعلانية، قد تكون في بعض الحالات غير مرغوب فيها، وقد تتضمن بالدرجة الأولى إعلانات كاذبة أو مضللة وفي هذه الحالة يعتبر مقدم الخدمة مسئولاً مسؤولية عقدية عن الإفشاء ببيانات المستخدمين.

ثانياً: قيام المسؤولية التقصيرية لمقدم خدمة الاتصالات

تكون المسؤولية التقصيرية *délictuelle* إذا لم ينص العقد على بنود تحدد حالات قيام مسؤولية مقدم الخدمة، أو في حالة ما إذا لم يكن يربط المسئول والمضروب أي عقد، وترتب الضرر على الإخلال بالالتزام القانوني، ومصدر هذا الالتزام بالتعويض هو العمل الغير المشروع⁽³⁴⁾.

ويفرض القانون واجبا عاما على مقدم خدمة الاتصالات في عدم الإضرار بالغير⁽³⁵⁾، وفي حالة إلحاق الضرر ممن لا يربطهم به علاقة عقدية، فإنه يسأل قانونا وفقا للمسؤولية التقصيرية.

وختلف الفقه في حالات قيام مسؤولية مقدم خدمات الاتصال.

33 - محمد سامي عبد الصادق، خدمة المعلومات الصوتية والالتزامات الناشئة عنها، دار النهضة العربية، القاهرة، 2005، ص112. / أيمن مصطفى البقلي، النظام القانوني لعقد الاشتراك في بنوك المعلومات الإلكترونية، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة أسبوط، 2009، ص409.

34 - طاهر شوقي أمين، المرجع السابق، ص56.

35 - تنص المادة 34 من الرسوم التنفيذية رقم 219/01 و186/02 و09/40 على أنه: «إن صاحب الرخصة مسئول تجاه الغير، بما في ذلك الوزير وسلطة الضبط، وذلك وفقا لأحكام القانون رقم 03/2000 المؤرخ في 5 غشت سنة 2000، فيما يخص إقامة شبكة GSM وتشغيلها، وتوفير الخدمات، وفيما يخص الأضرار التي من المحتمل أن تنجم خاصة عن نقائص صاحب الرخصة أو عن نقائص مستخدميه أو عن نقائص شبكة GSM».

وهناك من يرى بعدم مسؤولية مقدم الخدمة لأن دوره يقتصر على إيصال المعلومات، حتى ولو كان ضمن مهامه إيواء المعلومات -تخزينها- إذ ليس بمقدوره وقف الاتصال غير المشروع للمعلومات ولو تضمن مادة معلوماتية مخالفة للقانون⁽³⁶⁾.

والرأي الثاني يرى مسائلة مقدم خدمة الاتصالات في حالة ما إذا تعدى دور مقدم الخدمة من دور الناقل وقام بمهام متعهد الإيواء الذي يسمح لمعلن أو مستغل الموقع بنشر إعلانه، هنا يسأل مدنيا عن الأضرار التي يسببها للغير نتيجة الإعلانات غير المشروعة، فهذا الدور الجديد يمكنه من الاطلاع على محتوى الإعلان⁽³⁷⁾.

أما بالنسبة للمشرع الجزائري فقد نص على حالات عدم مسؤولية مقدم الخدمة من خلال المراسيم التنفيذية 405/13⁽³⁸⁾، و 406/13⁽³⁹⁾ و 407/13⁽⁴⁰⁾، في المادة 05/21 من هذه المراسيم المذكورة، وكذا المراسيم التنفيذية رقم 219/01 و 09/04 و 186 /02، في المادة 05/23 من هذه المراسيم التنفيذية⁽⁴¹⁾، وذلك في حالة حياد خدماته إزاء محتوى المعلومات المرسل على شبكته، إذ يقتصر دوره على توصيل المعلومات، وفي حالة عدم الحياد يعتبر مسئولا مسؤولية تقصيرية عن الإعلانات الكاذبة أو المضللة التي تثبت أو ترسل عبر شبكته.

36 - عبد الفتاح بيومي حجازي، الجرائم المستخدمة في نطاق تكنولوجيا الاتصالات الحديثة، الطبعة الأولى، 2009، ص 93.

37 - عبد الفتاح محمود كيلاني، مدى المسؤولية القانونية لمقدمي خدمة الانترنت، بحث منشور على شبكة الانترنت، على الموقع www.flaw.bu.edu.eg/flaw/images/part2.

38 - مرسوم تنفيذي رقم 405/13 المؤرخ في 2 ديسمبر 2013، (ج.ر عدد 60، الصادر بتاريخ 2 ديسمبر 2013)، يتضمن الموافقة على رخصة إقامة واستغلال شبكة عمومية للمواصلات اللاسلكية من الجيل الثالث وتوفير خدمات المواصلات اللاسلكية للجمهور الممنوحة لشركة «اتصالات الجزائر».

39 - مرسوم تنفيذي رقم 406/13 مؤرخ في 2 ديسمبر 2013، (ج.ر عدد 60، الصادر بتاريخ 2 ديسمبر 2013)، يتضمن الموافقة على رخصة إقامة واستغلال شبكة عمومية للمواصلات اللاسلكية من الجيل الثالث وتوفير خدمات المواصلات اللاسلكية للجمهور الممنوحة لشركة «الوطنية للاتصالات».

40 - مرسوم تنفيذي رقم 407/13 مؤرخ في 2 ديسمبر 2013، (ج.ر عدد 60، الصادر بتاريخ 2 ديسمبر 2013)، يتضمن الموافقة على رخصة إقامة واستغلال شبكة عمومية للمواصلات اللاسلكية من الجيل الثالث وتوفير خدمات المواصلات اللاسلكية للجمهور الممنوحة لشركة «أوراسكوم تليكوم الجزائر».

41 - إذ ورد نفس النص في هذه المراسيم وذلك لأنه تم منح بموجبها الرخص الخاصة بتقديم خدمات الاتصالات، ولم يختلف فيها سوى المعنى بالرخصة. إذ تنص المادة 5/23 على أنه: «يضمن صاحب الرخصة حياد خدماته إزاء محتوى المعلومات المرسل على شبكته. ويلزم نفسه باتخاذ جميع الإجراءات الضرورية لضمان حياد مستخدميه إزاء محتوى الرسائل المرسل على شبكتهم ويقدم لهذا الغاية الخدمات دون تمييز مهما كانت طبيعة الرسائل المرسل، ويتخذ الترتيبات الناجحة ليضمن لها السلامة».

كما تضمن القانون 04/09 الخاص بالقواعد الخاصة بالوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها، النص على إلزام مقدمي خدمات الإنترنت بسحب المضامين غير المشروعة التي يطلعون عليها، مع استعمال كافة الطرق التقنية لمنع الوصول إليها⁽⁴²⁾.

ووفقا لتوجيهات البرلمان الأوروبي فقد تبنى التوجيه رقم 31/2000⁽⁴³⁾، والمتعلق ببعض الأوجه القانونية لخدمات شركة المعلومات وبصفة خاصة التجارة الإلكترونية في السوق الداخلي هذا الموقف، والذي تم تخصيص القسم الرابع منه لتنظيم المركز القانوني للوسطاء في خدمات الإنترنت، وقد جاءت (المادة 22)⁽⁴⁴⁾ من التوجيه الأوروبي، لتلزم دول الأعضاء في الإتحاد على نقل أحكامه إلى تشريعاتهم الداخلية⁽⁴⁵⁾.

وهو ما أخذ به المشرع الفرنسي في القانون الخاص بالثقة في الاقتصاد الرقمي، ووفقا للمادة 01/06 من هذا القانون فإن الأشخاص الذين يقتصر عملهم على تقديم خدمة

⁴² - المادة 12 من القانون 04/09 التي تنص بأنه: «زيادة على الالتزامات المنصوص عليها في المادة 11 أعلاه، يتعين على مقدمي خدمات الإنترنت ما يأتي: أ- التدخل الفوري لسحب المحتويات التي يتحيزون الإطلاع عليها بمجرد العلم بطريقة مباشرة أو غير مباشرة بمخالفتها للقوانين وتخزينها أو جعل الدخول إليها غير ممكن،

ب- وضع ترتيبات تقنية تسمح بحصر إمكانية الدخول إلى الموزعات التي تحتوي معلومات مخالفة للنظام العام أو الآداب العامة وإخبار المشتركين لديهم بوجودها».

⁴³ - Directive 2000/31/CE du Parlement européen et du Conseil du 8 juin 2000 relative à certains aspects juridiques des services de la société de l'information, et notamment du commerce électronique, dans le marché intérieur («directive sur le commerce électronique, JORF, n° L 178 du 17/07/2000 p. 0001 – 0016.

⁴⁴ - Article 22 : « Le contrôle des services de la société de l'information doit se faire à la source de l'activité pour assurer une protection efficace des objectifs d'intérêt général. Pour cela, il est nécessaire de garantir que l'autorité compétente assure cette protection non seulement pour les citoyens de son propre pays, mais aussi pour l'ensemble des citoyens de la Communauté. Pour améliorer la confiance mutuelle entre les États membres, il est indispensable de préciser clairement cette responsabilité de l'État membre d'origine des services. En outre, afin d'assurer efficacement la libre prestation des services et une sécurité juridique pour les prestataires et leurs destinataires, ces services de la société de l'information doivent être soumis en principe au régime juridique de l'État membre dans lequel le prestataire est établi».

⁴⁵ - voir : DRAYTA (U), internet et commerce électronique, bruyant, 2003, p 153.

الاتصالات عبر الإنترنت، عليهم إخطار المشتركين عن وجود وسائل تقنية تسمح بغلق الخدمة أو توقيع جزاء عليهم في حالة المخالفة⁽⁴⁶⁾.

وأكدت الفقرة السابعة من المادة السادسة على أن مزودي الخدمة ليس عليهم الإشراف والرقابة على مضمون البيانات التي يقومون بنقلها، كما أنهم غير ملزمين بالبحث عن الوقائع التي تشير إلى الأنشطة الغير المشروعة أي في حالة حيادهم فلا تقوم أي مسؤولية في مواجهتهم⁽⁴⁷⁾.

وعلى أساس ذلك فإن قيام مسؤولية مقدمي الخدمات يتوقف على مدى علمهم بعدم مشروعية المضمون الإلكتروني المنقول، وباستثناء حالة عدم مشروعية الظاهرة، فإن على مقدمي الخدمات في حالة علمهم بالمضمون الإلكتروني الغير المشروع، أو بتبليغهم به سواء من قبل السلطة القضائية أو الإدارية المختصة في الدولة أو من قبل المتضرر نفسه، فعليهم الاستجابة للأمر القضائي أو الإداري أو لطلب المتضرر، والقيام بسحب المضمون المخالف أو المنع من الوصول إليه، وهنا تنتفي مسؤوليتهم الجزائية والمدنية، وتقوم مسؤوليتهم في حالة المخالفة⁽⁴⁸⁾.

وفي رأينا فمن غير المعقول تحميل مقدم الخدمة مسؤولية هذه المضامين⁽⁴⁹⁾، خصوصا وأن مقدم الخدمة ليس هو المسئول عن وضع أو توريد هذه المضامين على

⁴⁶-Article 06/1 Modifié par LOI n°2011-267 du 14 mars 2011 - art. 4 (V) Modifié par LOI n° 2013-1168 du 18 décembre 2013 - art. 20 (V) -«1. Les personnes dont l'activité est d'offrir un accès à des services de communication au public en ligne informent leurs abonnés de l'existence de moyens techniques permettant de restreindre l'accès à certains services ou de les sélectionner et leur proposent au moins un de ces moyens».

⁴⁷-Article 06/7 « 7. Les personnes mentionnées aux 1 et 2 ne sont pas soumises à une obligation générale de surveiller les informations qu'elles transmettent ou stockent, ni à une obligation générale de rechercher des faits ou des circonstances révélant des activités illicites».

⁴⁸- **POUJOL (M.N)**, la liberté d'expression sur l'internet : aspects de droit internet, R. Dalloz, n°2007, p 598.

⁴⁹ - يجب أن ننوه بداية إلى ضرورة استيعاب دور مقدم الخدمة من الناحية الفنية وتداخله مع دور متعدد الإيواء وغيرهم ممن لهم صلة بالإنترنت، لكي نتضح لنا معالم مسؤوليتهم القانونية، والقول بفرض التزامات قانونية بشكل مطلق سيثير مشكلات فنية وقانونية وحقوقية، حيث ذهب البعض إلى أنه من حيث المبدأ لا يمكن القول بفرض التزامات على مقدم الخدمة برقابة المعلومات غير المشروعة التي تمر عليه ووسائله، ثم إن مسألة الحجب وإن تم تطبيقها فعلا تحل المشكلة من الناحية الواقعية.

شبكة الإنترنت، ولا يعتبر الجهة التي أنتجتها، كما أنه قد لا يربطه بهذا المعتدي أي عقد وقد لا يكون من بين أعوانه.

على أنه يمكن القول بمسؤوليته في حالة ما إذا كانت المضامين الغير المشروعة ظاهرة للعيان، وتتمثل حالات عدم المشروعية الظاهرة في الإعلانات الممنوعة والتي تتضمن إشهار حول التبغ أو المشروبات الكحولية، أو المنتجات الصيدلانية.

1-الإعلانات الخاصة بالتبغ: فبالنسبة لعدم مشروعية الإعلانات الخاصة بالتبغ فقد نصت المادة 65 من القانون رقم 85- 05 المتعلق بحماية الصحة وترقيتها⁽⁵⁰⁾ على أنه: "الإشهار حول التبغ محظور وهذا مهما كانت الدعائم الاشهارية وتحت أي شكل من الأشكال".

كما نصت على المنع المادة 03 من القانون 18-05 فقرة 03 بأنه: "تمارس التجارة الالكترونية في إطار التشريع والتنظيم المعمول بهما.

غير أنه، تمنع كل معاملة عن طريق الاتصالات الالكترونية تتعلق بما يأتي:
-المشروبات الكحولية والتبغ،...".

أما المشرع الفرنسي فقد تبنى نفس الموقف بالنسبة للإعلانات الخاصة بالتبغ والمشروبات الكحولية فقد أجاز التعامل بها، ولكن حدد الإشهار الخاص بها بموجب القانون الصادر في 1976/07/09 والقانون الصادر بتاريخ 10 جانفي 1991، إذ أدمجت نصوصهما في قانون الصحة العامة في المواد من L 355-24 إلى L 355-26 ومنع على أساس ذلك الإشهار الخاص بالتبغ ومنتجاته⁵¹. وقد وسع قانون الصحة المؤرخ 26

أشرف جابر سيد، مسؤولية مقدمي خدمات الانترنت عن المضمون الإلكتروني غير المشروع (دراسة خاصة لمسؤولية متعهدي الإيواء)، مجلة الحقوق جامعة حلوان العدد الثاني والعشرون، 2010، ص 187.
⁵⁰ - القانون رقم 85-05 مؤرخ بتاريخ 16 فبراير 1985، ج.ر عدد 08 صادرة بتاريخ 17 فبراير 1985، المتعلق بحماية الصحة وترقيتها، المعدل والمتمم بالقانون رقم 90-17 المؤرخ بتاريخ 31 جويلية 1990 ج.ر عدد 35.

⁵¹ - l'article L. 355-25 alinéa 1 du code de la santé publique : « Toute propagande ou publicité, directe ou indirecte, en faveur du tabac ou des produits du tabac ainsi que toute distribution gratuite sont interdites ».

يناير 2016 المبدأ العام المتمثل في حظر جميع أشكال الدعاية للتبغ أجهزة التدخين الإلكترونية وحاوياتها عبواتها.

وقد أصدر البرلمان الأوروبي في 26 ماي 2003 توجيه حول منع الإعلان عن التبغ، ودخل هذا التوجيه حيز التنفيذ في أواخر شهر جويلية 2005، وينظم هذا التوجيه الإعلان عن منتجات التبغ في الوسائل الأخرى غي التلفزيون، من بينها شبكة الانترنت، وقد أيدت محكمة النقض الفرنسية عدم مشروعية الإعلان عن التبغ على شبكة الانترنت في حكمها الصادر بتاريخ 06 ماي 2009⁽⁵²⁾.

2-الإعلانات الخاصة بالمشروبات الكحولية: نصت على منع الاشهارت الخاصة بالمشروبات الكحولية المادة 45 من المرسوم التنفيذي رقم 91-101⁽⁵³⁾ والرسوم التنفيذية رقم 91-103⁽⁵⁴⁾ إذا منعت هذه المواد الإعلانات الخاصة بالمنتجات والخدمات والقطاعات الاقتصادية التي تكون محل حظر تشريعي أو تنظيمي، ويدخل في الحظر على أساس ذلك الإشهار الخاص بالمشروبات الكحولية.

3-الإعلانات الخاصة بالمنتجات الصيدلانية: تضمن المرسوم التنفيذي رقم 92-286 المؤرخ في 06/07/1992⁽⁵⁵⁾ والمتعلق بالإعلام الطبي والعلمي الخاص بالمنتجات الصيدلانية المستعملة في الطب البشري في مادته 06 منع القيام بعمل يخص المنتجات الصيدلانية قبل الحصول على تأشيرة إشهار، يسلمها الوزير المكلف بالصحة بعد استشارة لجنة مراقبة الإعلام الطبي والعلمي الخاص بالمنتجات الصيدلانية وموافقتها على ذلك،

⁵²- la cour de cassation confirme une condamnation pour publicité illicite sur le tabac, le 06/05/2009.

مشار إليه: كوثر سعيد عدنان خالد، المرجع السابق، ص 120.
⁵³- المرسوم التنفيذي رقم 91-101 المؤرخ في 20 أبريل 1991 يتضمن منح امتياز عن الأملاك الوطنية والصلاحيات والأعمال المرتبطة بالخدمة العمومية للتلفزيون إلى المؤسسة العمومية للتلفزيون، ج.ر عدد 19.

⁵⁴ - مرسوم تنفيذي رقم 91-103 المؤرخ في 20 أبريل 1991 يتضمن منح امتياز على الأملاك الوطنية العقارية والمنقولة والصلاحيات والأعمال المرتبطة بالبث الإذاعي السمعي إلى المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة، ج.ر عدد 19.

⁵⁵- المؤرخ بتاريخ 06 يوليو 1992، ج.ر عدد 53.

كما يحظر المشرع الفرنسي الإعلانات عن الأدوية التي لا يجوز تسليمها إلا بناء على وصفة طبية على شبكة الانترنت⁽⁵⁶⁾، كما نص على المنع المادة 03 القانون 05-18.

4-الإعلانات الخاصة بلعب القمار واليانصيب: عرفت المادة 167 من قانون العقوبات أعمال اليانصيب بأنه:"تعتبر من أعمال النصب العمليات المعروضة على الجمهور تحت أية تسمية مهما كانت والمعدة لإيجاد الأمل في الربح عن طريق الحظ".

يعاقب المشرع الجزائري على الإعلان عن أعمال اليانصيب بالملصقات أو بأي طريقة أخرى بالحبس من شهر إلى ثلاثة أشهر وبغرامة من 500 دج إلى 5000 دج، كما نصت على منع الإشهار الالكتروني الخاص بلعب القمار واليانصيب المادة 03 من القانون 05-18.

5-الإعلان عن المنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية: نظم المشرع حقوق الملكية الفكرية بموجب الأمر 03-05⁽⁵⁷⁾ بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة، والنسبة للملكية الصناعية والتجارية فتشمل الاختراعات والرسوم والنماذج الصناعية وعلامات الخدمة والسلع وتسميات المنشأ والعناوين التجارية والأسماء التجارية⁽⁵⁸⁾، على أن المنع لا يمس الإعلان عن هذه المنتجات بل المنتجات المزورة والتي تمثل اعتداء على حقوق الغير.

6- الإعلان عن كل سلعة أو خدمة محظورة بموجب التشريع المعمول به: يدخل في الحظر كل ما هو ممنوع من التداول في التشريع الجزائري على غرار الأسلحة بأنواعها أو المواد المخدرة أو أي خدمة ممنوعة قانونا كالإعلان الخاص بعمليات الإجهاض مثلا.

56 - كوثر سعيد عدنان خالد، المرجع السابق، ص 128.

57 - الأمر رقم 03-05 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة، ج.ر. عدد 44 الصادر بتاريخ 24 جويلية 2003.

58 - فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، الحقوق الفكرية حقوق الملكية الصناعية والتجارية حقوق الملكية الأدبية والفنية، ابن خلدون للنشر والتوزيع، 2006، ص 03.

7- الإعلان عن العتاد والتجهيزات والمنتجات الحساسة: نظمها المشرع الجزائري بموجب المرسوم التنفيذي رقم 09-410(59) الذي يحدد قواعد الأمن المطبقة على النشاطات المنصبة على التجهيزات الحساسة، وعرفت المادة 02 من المرسوم التجهيزات الحساسة على أنها: "يقصد بالتجهيزات الحساسة في مفهوم هذا المرسوم، كل عتاد يمكن أن يمس استعماله غير المشروع بالأمن وبالنظام العام".

وقد حدد الملحق قائمة التجهيزات الحساسة ويعتبر من قبيل التجهيزات الحساسة تجهيزات الموصلات السلوكية واللاسلكية وتجهيزا المراقبة.

وحسنا ما فعل المشرع الجزائري من خلال النص على مسؤولية مقدمي الخدمات في حالة عدم التزامهم الحياد عن المضامين التي تنقل على الشبكة، أو إذا كان عدم المشروعية ظاهر(60)، فذلك يؤدي إلى عدم مسؤولية مقدم الخدمة، أما في حالة المخالفة فيعتبر مقدم الخدمة مسئول عن الإشهار المظلل أو الخادع، أي إذا كان قدم قام بدور مقدم خدمة الاتصالات ومتعهد الإيواء(61).

ويؤيد جانب من الفقه(62) الاتجاه القائل بعدم مسؤولية مقدمي الخدمة وذلك بالمطالبة بتوفير الحماية القانونية لمزودي الخدمة استنادا إلى المبررات التالية:

- مزودي الخدمة لا ينتجون المعلومات، ولا يمارسون دورا رقابيا أو تحريريا.
- استحالة القيام بمهام المراقبة لمحتوى الإنترنت.
- سهولة تغيير المحتوى وتغيير عناوين المواقع الممنوعة.
- صعوبة تمييز المحتوى غير الشرعي من بين الكم الهائل للمعلومات المتمثل في العديد من الرسائل البريدية أو الإخبارية وصفحات الويب.

المطلب الثاني: مسؤولية مسؤولة وسطاء شبكة الاتصال عن طريق الانترنت

يتمثل هؤلاء في مقدم خدمة الاستضافة ومورد المعلومات.

59 - المرسوم التنفيذي 09-410 المؤرخ في 10 ديسمبر 2009، ج.ر عدد 73 الصادرة بتاريخ 13 ديسمبر 2009.

60 - المادة 12 من القانون 04/09.

61 - أنظر نص المادة 02/23 من المرسوم التنفيذي 01/219 والمادة 05/21 من المرسوم التنفيذي رقم 406/13.

62 - محمد سعد إبراهيم، المرجع السابق، ص55.

أولاً: مقدم خدمة الاستضافة

إن متعهد الإيواء أو مقدم خدمة الاستضافة هو كل شخص طبيعي أو معنوي يتولى تخزين التطبيقات والسجلات المعلوماتية لعملائه، ويمدهم بالوسائل التقنية والمعلوماتية التي تمكنهم من الوصول إلى ذلك المخزون عبر الإنترنت⁽⁶³⁾، ويتم تخزين صفحات الويب على حاسباته الخادمة مقابل أجر، فهو بمثابة مؤجر لمكان على الشبكة، للمستأجر(الناشر) والذي ينشر عليه ما يريد من نصوص أو صور أو ينظم مؤتمرات مناقشة أو ينشئ روابط من المواقع الأخرى⁽⁶⁴⁾.

والقول بأننا أمام عقد إيجار غير مستساغ، لأن المؤجر لا يسأل عما يقوم به المستأجر، بينما متعهد الإيواء يسأل قانوناً في حالات معينة، ومن ذلك إيوائه لمواقع دون تحديد هوية أصحابها، فهو ملزم باليقظة تجاه المواقع التي يؤويها وملتزم بالإعلام والتبصير لهم عن عدم بث المضامين الغير المشروعة⁽⁶⁵⁾.

وتثار مسؤولية متعهد الإيواء كما هو الحال في مسؤولية مقدم الخدمة، وقد جاءت التوجيهات الأوروبية الصادرة في 08 يونيو 2000 بشأن التجارة الإلكترونية، لتضع نظاماً وجب على الدول الأعضاء مراعاته، وعل أساس هذه التوجيهات فلا تقوم مسؤولية مقدم خدمة الإيواء إلا بشروط معينة وهي:

1- ثبوت علمه الفعلي بالمضمون غير المشروع للموقع الذي يؤويه، هذا بالنسبة للمسؤولية الجزائية أما المسؤولية عن طلب التعويض فيكفي أن يكون النشاط غير مشروع ظاهراً.

2- أن تكون لديه الوسائل التي تمكنه من غلق الموقع الذي يتولى إيوائه أو منع الوصول إليه أو سحب المعلومة الغير المشروعة.

3- اتخاذ موقف سلبي رغم علمه وإمكانياته في اتخاذ ما يلزم على النحو السابق⁽⁶⁶⁾.

⁶³ - محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2003، ص202.

⁶⁴ - عبد الفتاح بيومي حجازي، المرجع السابق، ص100.

⁶⁵ - فؤاد قاسم مساعد الشعبي، المرجع السابق، ص163.

⁶⁶ - محمد حسين منصور، المرجع السابق، ص203.

4- ويكون ملتزما بالرقابة إذا صدر له أمر قضائي، أي أن التزامه بالرقابة أصبح التزاما خاصا وليس عاما(67).

ومؤدى ذلك عدم وجود المسؤولية عن تحمل التبعية أو المخاطر، بل تقوم فقط في حالة ثبوت الخطأ، حيث يلتزم مورد الخدمة بمجرد بذل العناية لمنع تداول المضمون أو المعلومات المخالفة للقانون وذلك من خلال الجهود اليقظة التي تتناسب وإمكانياته، ولكن مضمون هذه الجهود وصداها يظل أيضا أمرا مبهما، حيث تحظر التوجيهات الأوروبية على الدول الأعضاء بأن تفرض على مقدم الخدمة التزاما عاما بمراقبة المعلومات التي يتولى نقلها أو تخزينها، والبحث النشط عن الوقائع والظروف التي تكشف عن الأنشطة الغير المشروعة(68).

أما عن موقف المشرع الفرنسي نص في المادة 8/43(69) من القانون رقم 719/2000(70) المتعلق بحرية الاتصالات، على قيام مسؤولية مقدمي خدمة الإيواء في حالتين: الأولى إذا ألزمه القضاء بإلغاء مضمون غير مشروع من شأنه الإضرار بالغير، والثانية إذا أبلغ متعهد الإيواء بإلغاء هذا المضمون ولم يقم بذلك، أي أن القانون تبنى مسؤولية مخففة على متعهد الإيواء إذا جعل الأصل عدم مسؤوليته إلا في حالتين استثنائيتين.

إلا أن الانتقاد الذي وجه إلى هذا الاتجاه، هو أنه ترك سلطة تقدير المضمون غير المشروع للمضروور دون أن يشترط التحقق من جدية هذا الضرر أو إذا كان واضح

67 - فؤاد قاسم مساعد الشيعبي، المرجع السابق، ص163.

-voir : **POUJOL (N)**, la liberté d'expression sur l'internet : aspects de droit internet, recueil Dalloz, n°9 , 2007, p 594.

68 - محمد حسين منصور، المرجع السابق، صص203، 204.

69 - Article 43-8. -« Les personnes physiques ou morales qui assurent, à titre gratuit ou onéreux, le stockage direct et permanent pour mise à disposition du public de signaux, d'écrits, d'images, de sons ou de messages de toute nature accessibles par ces services, ne sont pénalement ou civilement responsables du fait du contenu de ces services que :

si, ayant été saisies par une autorité judiciaire, elles n'ont pas agi promptement pour empêcher l'accès à ce contenu».

70- LOI no 2000-719 du 1er août 2000 modifiant la loi no 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication JORF n°177 du 2 août 2000 page 11903 .

وظاهر، وهو ما تفاداه فعلا المشرع الفرنسي في المادة 6 فقرة 7 من القانون 575/2004 والمتعلق بالثقة في الاقتصاد الرقمي⁽⁷¹⁾.

أما عن موقف المشرع الجزائري فقد ألزم مقدمي خدمة الإنترنت في المادة 12 من القانون 04/09 بصفة عامة -ويدخل ضمنهم مقدم خدمة الإيواء- بسحب المضامين غير المشروعة أو عدم السماح بالوصول إليها.

وبالنسبة للمشرع المصري فقد خلا قانون التجارة الإلكترونية المصري من نص يعاقب وسطاء خدمة الإنترنت، في حالة البث غير المشروع لمادة معلوماتية ذات علاقة بالحياة الخاصة، وعاقب فقط على إذاعة محرر أو توقيع الكتروني أو فض شفرة دون مسوغ قانوني، دون موافقة صاحب الشأن وذلك طبقا لنص المادة 30 من هذا القانون.

وفي رأينا فان مسؤولية متعهدي الإيواء تثبت في حالة ما إذا كان الاعتداء غير المشروع ظاهر، كما هو الحال كذلك لمؤجر المنزل الذي يعلم بالغرض الغير المشروع للمستأجر، كاستعماله للعين المؤجرة في الدعارة أو القمار أو لشرب الخمر.

وعلى أساس ذلك فإذا كان وجه عدم المشروعية غير ظاهر فلا يسأل متعهد الإيواء عن الإشهار الممنوع قانونا، وقد تكون المسؤولية ظاهرة في حالة وجود حكم قضائي يقضي بحظر نشر إعلان معين، وحجبه على المواقع الإلكترونية، ويقوم متعهد الإيواء رغم ذلك بالسماح بالنشر، فنكون في هذه الحالة أمام مسؤولية ظاهرة لمتعهد الإيواء.

ثانيا: مسؤولية موردي المعلومات.

يعرف مورد المعلومات بأنه ذلك الشخص الذي يقوم بتزويد النظام المعلوماتي بالمعلومات التي قام بتأليفها أو جمعها حول موضوع معين، ومن ثمة تكون له سيطرة كاملة على المادة المعلوماتية التي تبث على الشبكة، فهو الذي يقوم بالاختيار ثم التجميع والتوريد حتى تصل إلى الجمهور في صورة مادة معلوماتية على الشبكة⁽⁷²⁾.

71 - حيث أصبح النص إذا قدر الغير وجود مضمون غير مشروع في موقع يؤويه متعهد الإيواء وأخطر متعهد الإيواء بذلك، واثبت بشكل واضح وظاهر أن المضمون غير مشروع.

72 - عبد الفتاح بيومي حجازي، المرجع السابق، ص 114.

فمورد المعلومات هو مصدر المعلومة من خلال أنه هو المسئول عن جمعها سواء كان ذلك مجاناً أو بمقابل، فهو المسئول الأول عن المعلومات التي تبث على شبكة الإنترنت. ويعرف البعض مورد المعلومات بأنه الشخص الذي يزود الوسطاء الآخرين بالمعلومات والبيانات التي تبث على الموقع الإلكتروني، فهو الذي يحدد مضمون ما يبث على الموقع، والبيانات التي يحررها هذا المورد قد تكون في شكل نصوص مكتوبة أو صور أو قطع موسيقية أو علامات تجارية يعلن عنها⁽⁷³⁾.

ووفقاً لأحكام التوجيه الأوروبي رقم 31/2000 بشأن التجارة الإلكترونية، فنصت المادة 14 على انتفاء مسؤوليته مورد المعلومات إذا أثبتت أنه لا يعرف مضمون هذه المعلومات غير المشروعة، ولا الوقائع أو الظروف التي نشرت فيها هذه المعلومات، وأن يوقف بث أو نشر هذه المعلومات فور علمه بعدم مشروعيتها، أو منع الاتصال بها أو الحصول عليها⁽⁷⁴⁾، لكن هذا الموقف ينطبق في حالة ما إذا لم يكن مورد المعلومة هو نفسه المعلن، ففي هذه الحالة لا يوجد أي شك في مسؤوليته المباشرة كفاعل أصلي عن الإشهار الخادع أو المظلل.

وبالنسبة لموقف المشرع الفرنسي فيعتبر أن مورد المعلومات هو بمثابة مدير النشر فهو يخضع لنفس الالتزامات الملقة على هذا الأخير، ويلتزم مورد المعلومات باحترام أحكام القانون⁽⁷⁵⁾.

أما بالنسبة لموقف المشرع الجزائري فلم ينص على مسؤولية مورد المعلومات، إلا أنه مادام في مركز مدير النشر في وسيلة النشر الإلكترونية فإن مسؤوليته تماثل مسؤولية

73 - شريف محمد غنام، التنظيم القانوني للإعلانات التجارية عبر شبكة الانترنت، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2008، ص173.

74 - سمير حامد الجمال، التعاقد عبر تقنيات الاتصال الحديثة، دار النهضة العربية، القاهرة، ط01، 2006، ص311.

عبد المهدي كاضم ناصر، المسؤولية المدنية لوسطاء الانترنت، مجلة القادسية للقانون والعلوم السياسية، 2009، ص 230. بحث منشور على

الموقع: <http://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=13003> Le 4/ 6/2014

75 - عبد الفتاح بيومي حجازي، المرجع السابق، ص114.

مدير النشر أو الناشر، فهو ملزم بالتأكد من صحة المعلومات ومشروعيتها، وفرض عليه في حالة عدم صحة المعلومات القيام بمنح حق الرد للمضروب أو حجبها من الموقع⁽⁷⁶⁾. أما المشرع المصري فلم ينص القانون رقم 67/2006 بشأن حماية المستهلك في المادة 07 منه، سوى عن إلزامه في مدة أقصاها سبع أيام منذ اكتشافه أو علمه بوجود عيب في منتج أن يبلغ جهاز حماية المستهلك بهذا العيب.

ويرى الفقه⁽⁷⁷⁾ أن مورد المحتوى هو المسئول المباشر عن مشروعية الإعلانات التي تتداول عبر الموقع، فإذا كانت الإعلانات التي زود بها متعهد الإيواء كاذبة أو مظلة أو تضمنت منافسة غير مشروعة، فيعد مسئول عن الأضرار التي سببها الإعلان، كونه هو من يسيطر على هذه الإعلانات، وله كامل الاختيار في نشرها أو عدم نشرها، كما أن مسؤليته قد تكون ظاهرة في حالة بث إعلانات ممنوعة قانونا كالإعلانات الخاصة بالتبغ أو الخاصة بالمشروبات الكحولية أو المنتجات الصيدلانية.

خاتمة:

من خلال تطرقنا لمسئولية مقدم خدمة الاتصالات عن الإعلانات المضللة أو الخادعة، في ظل القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية، فقد استخلصنا مجموعة من النتائج والمتمثلة في أن مقدم الخدمة يكون مسئول فقط في الحالات التي يكون فيها في مركز المعلن، أو يكون عالما بالمحتوى الإعلاني المضلل أو الخادع، وذلك بصدر حكم قضائي يقضي بمنع النشر وعدم مشروعية الإشهار، أو صدور أمر من السلطة المختصة بمنع النشر، أو من قبل المتضرر شخصيا، على أن هذا الأخير يلزم بتعويض المعلن في حالة عدم صحة ادعاءاته، كما يكون مقدم الخدمة مسئول وهنا تعتبر المسئولية ثابتة في حقه، في حالة ما إذا كانت عدم مشروعية الإعلان ثابتة كالإشهار الخاص بالتبغ والمشروبات الكحولية، والمنتجات الصيدلانية، فهنا لا يمكنه التنصل من المسئولية، ورغم كل ما تطرقنا إليه وما توصلنا إليه من نتائج، فلا تزال هناك أوجه عدم يقين فيما يتعلق

⁷⁶ - المادة 115 من قانون الإعلام 05/12.

⁷⁷ - عبد الفتاح محمود كيلاني، مدى المسئولية القانونية لمقدمي خدمة الانترنت، بحث منشور على شبكة الانترنت، ص490 على الموقع www.flaw.bu.edu.eg/flaw/images/part2.

بالقانون الواجب التطبيق والحلول القانونية، فمن المرجح أن يطلب من القضاة البت في عدد من النقاط في المستقبل القريب.

أما من ناحية التوصيات فمن الواجب على المشرع الجزائري الإسراع في إصدار قانون ينظم الإشهار وخصوصا الإشهار الإلكتروني، في ظل عدم إمكانية أعمال رقابة كافية على شبكة الانترنت، فبعدها كان الإشهار لا يتم إلا من قبل محترفين وبتوافر وسائل مادية وبشرية، أصبح في مقدور أي شخص في وقتنا الحالي أن يعلن عن أي منتج يملكه ولو لم يكن مشروعاً ودون رقابة من احد، كما أنه من الواجب على المشرع التشديد في العقوبات المفروضة على مقدم الخدمة في حالة عدم حذف الإعلانات الخادعة أو التي تتضمن مضامين غير مشروعة، إذ أنه هو المسؤول الأول والأخير عن وجود الإعلانات على شبكة الانترنت.

قائمة المصادر:

أولاً: المراجع باللغة العربية:

1- الكتب:

- أمية أحمد محمد أحمد، حماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2016، ص 74.
- بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2006.
- سمير حامد الجمال، التعاقد عبر تقنيات الاتصال الحديثة، دار النهضة العربية، القاهرة، ط1، 2006.
- شريف محمد غنام، التنظيم القانوني للإعلانات التجارية عبر شبكة الانترنت، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2008.
- فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، الحقوق الفكرية حقوق الملكية الصناعية والتجارية حقوق الملكية الأدبية والفنية، ابن خلدون للنشر والتوزيع، 2006.
- صلاح محمد أحمد دياب، الحماية القانونية للحياة الخاصة للعامل وضماناتها في ظل الوسائل التكنولوجية الحديثة، دار النهضة العربية، 2007.
- محمود السيد عبد المعطي خيال، الانترنت وبعض الجوانب القانونية، دار النهضة العربية، القاهرة، 1988.

- كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2012.
- 2 المقالات العلمية:
 - أشرف جابر سيد، مسؤولية مقدمي خدمات الانترنت عن المضمون الإلكتروني غير المشروع (دراسة خاصة لمسؤولية متعهدي الإيواء)، مجلة الحقوق جامعة حلوان العدد الثاني والعشرون، 2010.
 - أمنية شوايدية، ضوابط حماية المستهلك من الإشهار الكاذب وفقا للمرسوم التنفيذي رقم 13-378، مجلة تطوير العلوم الاجتماعية، العدد الثاني عشر، جوان 2015.
 - معتز نزيه المهدي، الالتزام بالسرية والمسؤولية المدنية، بحث منشور في مجلة القانون والاقتصاد الصادرة عن كلية الحقوق جامعة القاهرة، العدد 82، 2009.
 - أروى تقوى، المسؤولية المدنية للمواقع الإلكترونية الإعلامية، مجلة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية-المجلد-30 العدد الأول-2014.
- 3 المقالات العلمية على شبكة الانترنت:
 - محمد عبد حسن العامري، جعفر شهيد هاشم، دور وسائل الإعلام الإلكترونية في حماية المستهلك دراسة ميدانية للإعلانات المظلمة في الانترنت. ص 542. مقال منشور على الموقع <https://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=76261> / اطلع عليه بتاريخ 2018/01/12.
 - عبد الفتاح محمود كيلاني، مدى المسؤولية القانونية لمقدمي خدمة الانترنت، بحث منشور على شبكة الانترنت، على الموقع www.flaw.bu.edu.eg/flaw/images/part2
 - عبد المهدي كاضم ناصر، المسؤولية المدنية لوسطاء الانترنت، مجلة القادسية للقانون والعلوم السياسية، 2009، ص 230. بحث منشور على الموقع: <http://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=13003> Le 4/ 6/2014

ثانيا: النصوص التشريعية:

- 1 القوانين:
 - القانون رقم 02-04 المؤرخ في 23 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر عدد 41 صادرة بتاريخ 27 يونيو 2004.
 - القانون رقم 04-09 المؤرخ في 05 غشت 2009، ج.ر عدد 47 الصادرة بتاريخ 16 غشت 2009.
 - القانون 05-18 المؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية جريدة رسمية عدد 28 صادرة بتاريخ 16 مايو 2018.
- 2 المراسيم التنفيذية:
 - المرسوم التنفيذي رقم 01-123 المؤرخ في 13 صفر عام 1422 الموافق ل 9 مايو سنة 2001، ج.ر ج العدد 27.

- مرسوم تنفيذي رقم 405/13 المؤرخ في 2 ديسمبر 2013، (ج.ر عدد 60، الصادر بتاريخ 2 ديسمبر 2013)، يتضمن الموافقة على رخصة إقامة واستغلال شبكة عمومية للمواصلات اللاسلكية من الجيل الثالث وتوفير خدمات المواصلات اللاسلكية للجمهور الممنوحة لشركة «اتصالات الجزائر».
- مرسوم تنفيذي رقم 406/13 مؤرخ في المؤرخ في 2 ديسمبر 2013، (ج.ر عدد 60، الصادر بتاريخ 2 ديسمبر 2013)، يتضمن الموافقة على رخصة إقامة واستغلال شبكة عمومية للمواصلات اللاسلكية من الجيل الثالث وتوفير خدمات المواصلات اللاسلكية للجمهور الممنوحة لشركة «الوطنية للاتصالات».
- مرسوم تنفيذي رقم 407/13 مؤرخ في المؤرخ في 2 ديسمبر 2013، (ج.ر عدد 60، الصادر بتاريخ 2 ديسمبر 2013)، يتضمن الموافقة على رخصة إقامة واستغلال شبكة عمومية للمواصلات اللاسلكية من الجيل الثالث وتوفير خدمات المواصلات اللاسلكية للجمهور الممنوحة لشركة «أوراسكوم تليكوم الجزائر».
- المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، جريدة رسمية عدد 05، سنة 1990،

ثانيا: المراجع باللغة الفرنسية:

1- الكتب:

- **POUJOL (M.N)**, la liberté d'expression sur l'internet : aspects de droit internet, R. Dalloz, n°2007, p 598.
- **Jean-Marc Coblenche et Jean-Philippe Sala-Martin**, Communication commerciale et publicité sur internet, <http://www.caprioli-avocats.com/fr/informations/publicite>. le 17/01/2018.

2- النصوص التشريعية باللغة الفرنسية:

- LOI no 2000-719 du 1er août 2000 modifiant la loi no 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication JORF n°177 du 2 août 2000 page 11903 .
- Loi n° 79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et préenseignes, Modifié par Loi n°85-729 du 18 juillet 1985 - art. 41 JORF 19 juillet 1985, Abrogé par Ordonnance n°2000-914 du 18 septembre 2000 - art. 5 (V) JORF 21 septembre 2000.
- Directive 2000/31 / CE du Parlement européen et du Conseil du 8 juin 2000 relative à certains aspects juridiques des services de la

société de l'information, en particulier du commerce électronique, dans le marché intérieur ("directive sur le commerce électronique").

- Décret n° 92-280 du 27 mars 1992 pris pour l'application des articles 27 et 33 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 et fixant les principes généraux définissant les obligations des éditeurs de services en matière de publicité, de parrainage et de téléachat. Créé par LOI n°2008-776 du 4 août 2008 - art. 84 Abrogé par Ordonnance n°2016-301 du 14 mars 2016 - art. 34 (V)
- Directive 2000/31/CE du Parlement européen et du Conseil du 8 juin 2000 relative à certains aspects juridiques des services de la société de l'information, et notamment du commerce électronique, dans le marché intérieur («directive sur le commerce électronique, JORF, n° L 178 du 17/07/2000 p. 0001 – 0016.