

التنظيم القانوني لحماية البيانات الشخصية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية

اسراء ظافر عبد الحميد يعقوب
كلية الاعلام، الجامعة العراقية، العراق
البريد الالكتروني: esraa.d.abdulhameed@aliraqia.edu.iq

الملخص

يتناول هذا البحث موضوع التنظيم القانوني لحماية البيانات الشخصية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، في ظل التطور المتسارع في استخدام الوسائل الإلكترونية في إبرام العقود وإتمام المعاملات التجارية. وقد أدى هذا التطور إلى زيادة حجم البيانات الشخصية التي يقوم المستهلك بتقديمها إلى المواقع والمنصات الإلكترونية، الأمر الذي أثار العديد من الإشكالات القانونية المتعلقة بجمع هذه البيانات ومعالجتها وتخزينها واستخدامها، ومدى مشروعية ذلك، فضلاً عن مخاطر تسريبها أو استغلالها بصورة غير مشروعة.

ويهدف البحث إلى بيان مفهوم البيانات الشخصية للمستهلك وطبيعتها القانونية، وتحديد أهم الالتزامات الملقاة على عاتق المتعاملين في التجارة الإلكترونية تجاه حماية هذه البيانات، ولا سيما الالتزام بالإعلام والحصول على رضا المستهلك، والمحافظة على سرية البيانات وعدم استخدامها إلا لأغراض المشروع. كما يتناول البحث وسائل الحماية القانونية المقررة للمستهلك في حال الاعتداء على بياناته الشخصية، والمسؤولية المدنية والجزاءات القانونية المترتبة على مخالفة قواعد حمايتها.

وتوصل البحث إلى أن حماية البيانات الشخصية تمثل أحد أهم مقومات تحقيق الثقة والأمان في عقود التجارة الإلكترونية، وأن فعالية الحماية القانونية تتطلب وجود تنظيم تشريعي واضح ومتكامل يوازن بين متطلبات التجارة الإلكترونية وحقوق المستهلك في الخصوصية وحماية بياناته الشخصية، مع تعزيز آليات الرقابة والجزاء والتعويض عن الأضرار الناتجة عن انتهاك هذه البيانات.

الكلمات المفتاحية: البيانات الشخصية، المستهلك الإلكتروني، التجارة الإلكترونية، العقود الإلكترونية، حماية الخصوصية، المسؤولية القانونية.

Legal Framework for Protecting Consumer Personal Data in E-Commerce Contracts

Esraa Dhafer Abdulhameed Yaqoub
College of Media, Al-Iraqia University, Iraq
Email: esraa.d.abdulhameed@aliraqia.edu.iq

ABSTRACT

This research addresses the legal regulation of personal data protection for consumers in electronic commerce contracts, in light of the rapid development of electronic means used to conclude contracts and conduct commercial transactions. This development has resulted in a significant increase in the amount of personal data provided by consumers to electronic websites and platforms, raising several legal issues concerning the collection, processing, storage, and use of such data, as well as the risks of its unauthorized disclosure or exploitation.

The research aims to examine the concept of consumers' personal data and its legal nature, and to identify the principal obligations imposed on parties engaged in electronic commerce to ensure the protection of such data. These obligations include informing the consumer, obtaining valid consent, maintaining the confidentiality of personal information, and ensuring that data is used only for legitimate purposes. The research also examines the legal mechanisms available to consumers when their personal data is violated, in addition to civil liability and the legal sanctions arising from breaches of data protection rules.

The research concludes that personal data protection constitutes one of the fundamental elements for establishing trust and security in electronic commerce contracts. Effective legal protection requires a clear and comprehensive legislative framework that balances the requirements of electronic commerce with the consumer's right to privacy and protection of personal data. It also requires strengthening supervisory mechanisms, legal sanctions, and compensation mechanisms for damages resulting from violations of personal data.

Keywords: Personal Data, Electronic Consumer, Electronic Commerce, Electronic Contracts, Privacy Protection, Legal Liability.

المقدمة

تتميز حياة الإنسان في هذا العصر بممارسة نشاطات عديدة ترتبط بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتي تنسم بالسرعة ووفرة المعلومات بين ما أفرزه هذا التطور من ظهور مصطلحات جديدة تعدت الحدود المادية والجغرافية وألغت جميع القيود التي تحد من حرية الإنسان في ممارسته لمعاملاته ، ومن هذه المصطلحات الجديدة هو مصطلح (التجارة الإلكترونية) الذي أصبح يتداول في الاستخدام العادي للأفراد . وتعتمد هذه التجارة على نظام معلوماتي أدواته كلها الإلكترونية تتمثل في الحاسب الآلي وملحقاته كشبكة الانترنت والهاتف والفاكس والتلكس إلى غيرها من التقنيات التي تلعب دوراً مؤثراً في نشاط التجارة حتى سداد مقابل الوفاء في هذه التجارة فإنه يتم بطريقة الإلكترونية وذلك عن طريق التحويلات الإلكترونية للنقود أو التسوق . بطاقات الدفع والائتمان وتشمل التجارة الإلكترونية كل المعلومات التجارية من بيع وشراء للسلع والخدمات وقد اعتبرها المحللون الاقتصاديون بأنها محرك جديد للتنمية الاقتصادية وذلك لكونها وسيلة فعالة وسريعة لإبرام الصفقات والترويج للمنتجات والخدمات ، وعلى ضوء كل النقاط التي تحتويها التجارة الإلكترونية حاولنا في هذا البحث القيام بتوضيح مفهوم التجارة الإلكترونية من منظور قانوني . وسنطوي نظرة قانونية حول حماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية التي تجد أهميتها في تنامي الاعتماد على الحاسب الآلي وشبكة الانترنت وتطبيقاتها ومنها التجارة الإلكترونية .

أولاً: أهمية البحث

تتمثل أهمية البحث في موضوع التنظيم القانوني لحماية البيانات الشخصية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية في كونه يتناول إحدى المسائل القانونية الحديثة التي فرضها التطور الكبير في استخدام شبكة الإنترنت والوسائل الرقمية في إبرام العقود وإجراء المعاملات التجارية. فقد أصبح المستهلك يقدم العديد من بياناته الشخصية، مثل الاسم والعنوان ورقم الهاتف وبيانات الدفع، عند التعامل مع المواقع والمنصات الإلكترونية، مما يجعل هذه البيانات عرضة لجمعها أو معالجتها أو إفشائها أو استغلالها بطرق غير مشروعة.

وتبرز أهمية البحث كذلك في بيان مدى كفاية القواعد القانونية في توفير الحماية اللازمة للبيانات الشخصية للمستهلك، ومدى تحقيق التوازن بين مصلحة المنشآت التجارية في الحصول على البيانات اللازمة لإتمام المعاملات الإلكترونية، وبين حق المستهلك في الخصوصية وسرية معلوماته الشخصية.

كما تكتسب الدراسة أهميتها من الحاجة إلى تعزيز الثقة في البيئة الإلكترونية، إذ إن ضعف الحماية القانونية للبيانات الشخصية قد يؤدي إلى إحجام المستهلكين عن استخدام التجارة الإلكترونية، في حين أن توفير حماية قانونية فعالة يساهم في تشجيع التعاملات الإلكترونية وتحقيق الاستقرار والأمان القانوني فيها.

ثانياً: أهداف البحث

يهدف البحث إلى تحقيق مجموعة من الأهداف، أهمها:

1. بيان مفهوم البيانات الشخصية للمستهلك وتحديد طبيعتها وخصائصها في إطار عقود التجارة الإلكترونية.
2. التعرف على الإطار القانوني لحماية البيانات الشخصية للمستهلك في المعاملات الإلكترونية.
3. بيان حقوق المستهلك المتعلقة بجمع بياناته الشخصية ومعالجتها وتخزينها واستخدامها.
4. تحديد التزامات المورد أو مقدم الخدمة الإلكترونية تجاه حماية البيانات الشخصية للمستهلك.
5. دراسة صور الاعتداء على البيانات الشخصية للمستهلك والمخاطر الناشئة عن استخدامها بصورة غير مشروعة.
6. بيان المسؤولية القانونية المترتبة على مخالفة قواعد حماية البيانات الشخصية.
7. التعرف على وسائل الحماية القانونية والقضائية التي يمكن للمستهلك اللجوء إليها عند انتهاك بياناته الشخصية.

8. تقييم مدى كفاية التنظيم القانوني في توفير الحماية اللازمة للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية.

ثالثاً: منهج البحث

يعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك من خلال وصف وتحليل المفاهيم القانونية المرتبطة بالبيانات الشخصية للمستهلك والتجارة الإلكترونية والعقود الإلكترونية، وبيان طبيعة العلاقة القانونية بين المستهلك والجهة المتعاقدة معه.

المبحث الأول

الاطار المفاهيمي لبيانات المستهلك ومخاطر معالجتها في التجارة الإلكترونية

المطلب الأول: ماهية البيانات الشخصية للمستهلك وخصوصيتها الرقمية

أدى التطور المتسارع في تقنيات المعلومات والاتصالات إلى انتقال جانب كبير من النشاط التجاري من البيئة التقليدية إلى البيئة الرقمية، فأصبح المستهلك الإلكتروني يتعامل مع المنصات والمواقع والتطبيقات التجارية من خلال تقديم مجموعة واسعة من البيانات والمعلومات الشخصية. وتشمل هذه البيانات، بحسب طبيعة المعاملة، اسم المستهلك وعنوانه ورقم هاتفه وبريده الإلكتروني ومعلومات الدفع، فضلاً عن البيانات الناتجة عن استخدامه للمواقع الإلكترونية وسلوكه الشرائي وتفضيلاته الاستهلاكية.¹

وقد أصبحت البيانات الشخصية تمثل مورداً اقتصادياً مهماً بالنسبة إلى المنشآت التجارية، إذ تتيح لها التعرف على المستهلكين وتحليل احتياجاتهم وتقديم الإعلانات والخدمات بصورة أكثر استهدافاً. إلا أن هذا الاستخدام المتزايد للبيانات يثير في الوقت ذاته إشكالات قانونية تتعلق بحدود جمعها ومعالجتها وتخزينها ومشاركتها، ومدى احترام خصوصية المستهلك وحقه في السيطرة على معلوماته الشخصية.

ومن هنا تبرز ضرورة تحديد المقصود بالبيانات الشخصية للمستهلك وبيان أهم تصنيفاتها القانونية، ثم تحديد مفهوم الخصوصية الرقمية للمستهلك الإلكتروني وأهم الضوابط القانونية التي تحكمها، وذلك من خلال الفرعين الآتيين:

الفرع الأول: مفهوم البيانات الشخصية للمستهلك وتصنيفاتها القانونية

يقصد بالبيانات الشخصية بصورة عامة كل معلومة ترتبط بشخص طبيعي محدد أو يمكن تحديده بصورة مباشرة أو غير مباشرة. ولا تقتصر هذه البيانات على المعلومات التي تكشف بصورة واضحة عن هوية الشخص، كالاسم والرقم الوطني، وإنما يمكن أن تشمل كذلك مجموعة من البيانات التي تسمح، عند جمعها أو ربطها ببيانات أخرى، بالتعرف على الشخص المعني.²

وفي مجال التجارة الإلكترونية، تأخذ البيانات الشخصية للمستهلك أهمية خاصة بسبب اعتماد عملية التعاقد الإلكتروني على تبادل المعلومات بين المستهلك ومقدم السلعة أو الخدمة. فالمستهلك عند إنشاء حساب إلكتروني أو إجراء عملية شراء قد يكون مطالباً بإدخال اسمه وعنوانه ورقم هاتفه وبريده الإلكتروني، كما قد يقدم معلومات تتعلق بوسيلة الدفع أو عنوان التسليم وغيرها من البيانات اللازمة لتنفيذ العقد.³

وتتسم البيانات الشخصية في البيئة الإلكترونية بخصوصية تختلف عن البيانات المتداولة في المعاملات التقليدية، ذلك أن جمعها ومعالجتها وتخزينها أصبح يتم بصورة آلية وسريعة، كما يمكن نسخها ونقلها ومشاركتها مع أطراف متعددة دون علم المستهلك في بعض الحالات. ولذلك فإن حماية هذه البيانات لم تعد مسألة تقنية فحسب، وإنما أصبحت من المسائل القانونية المرتبطة بحماية حقوق المستهلك وضمان احترام خصوصيته.

¹ إبراهيم النسوقي ابو الليل ، العقد الغير اللازم، دراسة متعمقة في الشريعة الاسلامية والقوانين الوضعية ، مطبوعات جامعة الكويت، 1994 ، ص87

² اسامة قايد، الحماية الخاصة وبنوك المعلومات، دار النهضة العربية، 1944 ، ص23

³ ضمير حسين ناصر المعموري، منفعة العقد والسند الخفي، ط1 ، منشورات زين الحقوقية، 2009 ، ص178

ويمكن تعريف البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني بأنها: كل معلومة أو مجموعة من المعلومات التي تتصل بالمستهلك بصورة مباشرة أو غير مباشرة، والتي تسمح بتحديد هويته أو التعرف عليه، سواء جرى الحصول عليها أثناء إبرام العقد الإلكتروني أو تنفيذه أو نتيجة استخدامه للمنصة أو الموقع الإلكتروني.⁴

ويشمل ذلك المعلومات التي يقدمها المستهلك بصورة مباشرة، وكذلك البيانات التي يتم جمعها بصورة آلية أثناء تصفحه للموقع أو استخدامه للتطبيق الإلكتروني. ومن أمثلة ذلك عنوان بروتوكول الإنترنت (IP)، وبيانات الجهاز المستخدم، وسجل التصفح، والبيانات المتعلقة بالعمليات الشرائية والتفضيلات الاستهلاكية.

وتكمن أهمية تحديد مفهوم البيانات الشخصية في أن الحماية القانونية لا تنصرف فقط إلى المعلومات التي يكون المستهلك قد قدمها بصورة إرادية، وإنما قد تمتد إلى البيانات التي يتم الحصول عليها أو استنتاجها من نشاطه الرقمي متى أمكن ربطها بشخص محدد أو قابل للتحديد.

الفرع الثاني: الخصوصية الرقمية للمستهلك الإلكتروني ومحدداتها القانونية

تمثل الخصوصية أحد الحقوق الأساسية المرتبطة بشخصية الإنسان، وقد تطور مفهومها نتيجة التطور التكنولوجي ليشمل المجال الرقمي. فلم تعد الخصوصية تقتصر على حماية الحياة الخاصة من التدخلات المادية التقليدية، وإنما أصبحت تشمل حماية المعلومات والبيانات التي تتعلق بالشخص والتي يتم تداولها في البيئة الإلكترونية.

ويقصد بالخصوصية الرقمية للمستهلك الإلكتروني حق المستهلك في التحكم بالمعلومات والبيانات الشخصية المتعلقة به في البيئة الرقمية، ومعرفة كيفية جمعها ومعالجتها واستخدامها ومشاركتها، واتخاذ القرارات المتعلقة بها ضمن الحدود التي يقررها القانون.⁵

ويظهر ارتباط الخصوصية الرقمية بالتجارة الإلكترونية بصورة واضحة؛ لأن إتمام العديد من المعاملات الإلكترونية يتطلب من المستهلك تقديم بيانات شخصية إلى التاجر أو مقدم الخدمة. ومن ثم فإن حماية المستهلك لا تقتصر على ضمان جودة السلعة أو الخدمة، وإنما تمتد إلى حماية المعلومات التي قدمها أثناء إبرام العقد الإلكتروني.

وتتخذ الخصوصية الرقمية عدة صور، منها حماية سرية بيانات المستهلك، وعدم استخدامها في غير الأغراض المحددة، ومنع الإفصاح غير المشروع عنها، وتمكين المستهلك من معرفة الجهات التي تتلقى بياناته، فضلاً عن توفير وسائل مناسبة لتصحيح البيانات أو تحديثها أو الاعتراض على بعض صور معالجتها وفقاً للقانون.⁶

المطلب الثاني

مخاطر معالجة بيانات المستهلك في بيئة التعاقد الإلكتروني

الفرع الأول: مخاطر الجمع الآلي والتنميط التجاري

تعرف عملية التجميع بأنها أي عمل من أعمال جمع وترتيب عناصر البيانات الشخصية لشخص ما، وإدراجها في بطاقة معلومات ورقية كانت أو إلكترونية، فعملية جمع البيانات أمر حتمي لأجراء عمليات المعالجة التي لا تخلو من مخاطر الإعتداء على خصوصية تلك البيانات المجمعة، فكثيراً ما تقوم الجهات الحكومية أو الهيئات الخاصة بتجميع بيانات مفصلة خاصة بالمتعاملين معها، وهو ما قد يؤدي إلى إساءة استخدام تلك البيانات المحفوظة، خاصة وأن تلك الجهات تقوم بربط الأجهزة المشتركة عبر شبكات عامة لتسهيل عملية تبادل البيانات الشخصية فيما بينها.⁷

⁴ عابد قايد عبد الفتاح فايد، الالتزام بضمان السلامة في عقود السياحة في ضوء قواعد حماية المستهلك، دار الكتب العلمية، 2006، ص45

⁵ عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، مصادر الالتزام، دار احياء التراث العالمي، بيروت، 1973، ص78

⁶ عبد العزيز المرسي حمود، الحماية المدنية الخاصة لرضاء المشتري في عقود البيع التي تتم عن بعد، دار المعرفة، 2005، ص86

⁷ عبد العزيز المرسي حمود، الحماية المدنية الخاصة لرضاء المشتري في عقود البيع التي تتم عن بعد، دار المعرفة، 2005، ص45

كما قد يتم تجميع البيانات الشخصية للأفراد بدون علمهم بفضل التقنيات التكنولوجية الحديثة المستخدمة عبر شبكة الإنترنت كرسائل الكوكيز التي تستخدمها الشركات التجارية في أغراض الدعاية لخدماتها ومنتجاتها، ورغم فوائدها العديدة إلا أنها تعد من أنجح الوسائل المستخدمة لملاحقة خصوصية الأفراد وكشف بياناتهم الشخصية، وهو ما قد يساء استخدامه في أغراض غير مشروعة، أما الوسيلة الأخطر من ذلك فهي أنظمة جمع المعلومات أو ما يعرف ببرمجيات التتبع والإلتقاط، فهي وسيلة تتبع تمكن مستخدميها من تجميع أكبر قدر ممكن من المعلومات السرية ومعالجتها بسرعة فائقة.⁸

ومن جهة أخرى تقوم أغلب وسائل التواصل الاجتماعي بتجميع بيانات المستخدمين، وتقوم باستخدامها في عمليات التسويق المباشر، فضلا عن تعرضها لعمليات القرصنة، وانتحال الأفراد بها شخصيات أخرى مغايرة، وقيامهم بنشاطات غير مشروعة، وهو ما عبر عنه (جورج راي) المسئول عن الأمن المعلوماتي بشركة الاستثمارات الأمريكية (كوفمان - روسن / كو) خلال منتدى الأمن المعلوماتي الذي نظّمته غرفة التجارة في بنما بقوله: "يتعرض يوميا نحو مليون ونصف مليون شخص لعمليات القرصنة المعلوماتية، التي يستهدف منها هؤلاء الحصول على معلومات شخصية أو الإضرار ببعض المؤسسات، حيث تم تسجيل نحو 556 مليون هجوم معلوماتي خلال سنة واحدة على مواقع التواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني، واستطرد قائلا أنه من السهل الحصول على معلومات شخصية من مواقع التواصل الاجتماعي، فضلا عن قيام الأفراد بانتحال الشخصيات والقيام بالأنشطة غير المشروعة

الفرع الثاني : مخاطر التدفق العابر للحدود والتهديدات السيبرانية وأختراق قواعد البيانات تتطوى هذه المرحلة على مخاطر عديدة، منها:

* المخاطر المتعلقة باستخدام البيانات خلال عملية المعالجة ونتائجها : فهذه المرحلة اعتبرتها اللجنة الوطنية للمعلوماتية والحريات بفرنسا من البيانات الشخصية الحساسة خصوصا ما يتعلق منها بالهوس والفصام الذهني، وبالتالي فإن معالجة البيانات الشخصية لأغراض البحث العلمي خصوصا تلك المتعلقة بالأبحاث الجينية أو للأغراض الإحصائية كإجراء البحوث على مجموعة من المراهقين ذوى الأصول الإجرامية، قد تعرض الأفراد لإنتهاك خصوصيتهم والكشف عن حالتهم الصحية أو التنبؤ بسلوكهم الإجرامي، الأمر الذي من شأنه إنتهاك حرمة الحياة الخاصة بهم.⁹

* المخاطر المتعلقة بالهدف من عملية المعالجة: قد يتم استخدام تلك البيانات المستخدمة في عملية المعالجة لتحقيق أهداف غير مشروعة، أضف إلى ذلك غموض الأهداف أو اتساعها أو تحديد أكثر من هدف من قبل المسئول، الأمر الذي يعطى مجالا كبيرا للإنتهاكات المتعددة الخصوصية تلك البيانات.¹⁰

وقد عبرت المحكمة الدستورية في كارلسروه (ألمانيا الاتحادية) عن ذلك بقولها : أن التقنيات الحديثة لجمع البيانات الشخصية واستخدامها والإحتفاظ بها من المرجح أنها سوف تقوض الحق في الحياة الخاصة بالأفراد، من خلال التخزين غير المحدود للبيانات، واستخدامها في أي وقت وفي غير الأغراض التي جمعت من أجلها وبدون أي سيطرة عليها ، فعملية جمع البيانات الشخصية الرقمية لأغراض المعالجة يجب أن تتم في حدود الأهداف المحددة.¹¹

⁸ عبد الفتاح بيومي حجازي ، حقوق الملكية الفكرية وحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية ، دار الكتب القانونية ، مصر ، 2008 ، ص78

⁹ غيدان رباح ، قانون حماية المستهلك الجديد، ط1 مكتب الزين الحقوقية ، بيروت، 2011 ، ص65

¹⁰ فريد منعم جبور، حماية المستهلك عبر الانترنت ومكافحة الجرائم الإلكترونية، ط1 ، منشورات الحلبي الحقوقية، 2010 ، ص43

¹¹ قاسم احمد القيسي ، الحماية القانونية للمستهلك ، ط 1 ، الدار العالمية الدولية ودار الثقافة للنشر والتوزيع، 2002 ، ص34

المبحث الثاني آليات الحماية القانونية لبيانات المستهلك والتحديات التشريعية

أدى التطور المتسارع في تقنيات الاتصال والمعلومات إلى إعادة تشكيل البيئة التي تتم فيها المعاملات التجارية، إذ لم تعد العلاقة بين المستهلك والمتعاقد الإلكتروني تقتصر على تبادل السلع والخدمات أو دفع المقابل المالي، وإنما أصبحت عملية التعاقد الإلكتروني تقوم كذلك على جمع ومعالجة قدر كبير من المعلومات والبيانات المتعلقة بالمستهلك. وتشمل هذه البيانات اسمه وعنوانه ووسائل الاتصال به ومعلومات الدفع والشراء، فضلاً عن بيانات التصفح والموقع الجغرافي والاهتمامات والتفضيلات والأنماط السلوكية، الأمر الذي جعل البيانات الشخصية من أهم العناصر التي تقوم عليها التجارة الإلكترونية الحديثة.¹²

وفي مقابل المزايا الاقتصادية والتقنية التي تحققها معالجة البيانات، تبرز مجموعة من المخاطر القانونية التي يمكن أن تهدد خصوصية المستهلك وحقوقه الأساسية، ولا سيما عندما يتم جمع البيانات دون علمه الكافي، أو استخدامها لأغراض تختلف عن الغرض الذي جمعت من أجله، أو مشاركتها مع أطراف أخرى، أو نقلها خارج الدولة، أو الاحتفاظ بها لمدة غير مبررة. كما أن اعتماد المتعاقدين الإلكترونيين بصورة متزايدة على تقنيات الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات الضخمة أدى إلى ظهور صور جديدة من المعالجة قد يصعب على المستهلك فهمها أو التحكم فيها.¹³

ومن هنا أصبحت الحماية القانونية لبيانات المستهلك تمثل أحد الموضوعات الأساسية في تنظيم التجارة الإلكترونية، إذ يتعين أن تعمل القواعد القانونية على تحقيق التوازن بين مصلحتين متداخلتين؛ تتمثل الأولى في تمكين المشروعات والمعاملين من الاستفادة من البيانات لأغراض تجارية واقتصادية مشروعة، بينما تتمثل الثانية في ضمان عدم تحول هذه البيانات إلى وسيلة للمساس بخصوصية المستهلك أو انتهاك حقوقه وحرياته.

المطلب الأول: الالتزامات القانونية للمتعاقد الإلكتروني (معالج ومتحكم البيانات)

أصبح المتعاقد الإلكتروني يؤدي دوراً محورياً في عملية معالجة بيانات المستهلك، سواء كان هو الجهة التي تحدد أغراض جمع البيانات ووسائل معالجتها، أو كان يقوم بالمعالجة لحساب جهة أخرى. ومن ثم فإن مجرد الحصول على البيانات لا يمنح المتعاقد الإلكتروني سلطة مطلقة في استعمالها، وإنما تترتب عليه مجموعة من الالتزامات القانونية التي تستهدف حماية صاحب البيانات ومنع استعمال معلوماته بصورة تتجاوز الغرض المشروع من جمعها.¹⁴

وتتمثل أهم هذه الالتزامات في ضرورة الشفافية والإفصاح للمستهلك عن طبيعة المعالجة، والحصول على رضاه متى كان الرضا هو الأساس القانوني للمعالجة، فضلاً عن الالتزام بمشروعية جمع البيانات وتحديد الغرض من استخدامها وعدم تجاوزه، إلى جانب اتخاذ التدابير المناسبة للمحافظة على أمن البيانات وسريتها ومنع الوصول غير المصرح به إليها.

الفرع الأول: الالتزام بالشفافية والحصول على الرضا الصريح والمستنير

يعد مبدأ الشفافية من أهم المبادئ التي تقوم عليها الحماية القانونية للبيانات الشخصية، لأنه يهدف إلى تمكين المستهلك من معرفة حقيقة التعامل الذي يجري على بياناته. فالمستهلك الإلكتروني غالباً ما يقدم معلوماته الشخصية أثناء إنشاء الحساب أو إجراء عملية شراء أو الاشتراك في خدمة معينة، وقد لا يكون على علم كامل بالجهات التي يمكن أن تصل إلى بياناته أو بالأغراض التي يمكن أن تستخدم من أجلها.

¹² محمد ابراهيم ابو الهيجاء، عقود التجارة الإلكترونية، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2011، ص55

¹³ محمد المرسي زهرة، الحماية القانونية للمستهلك، ج2، منشور ضمن سلسلة ندوة الثقافة والعلوم، 1996، ص88

¹⁴ محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، 2003، ص89

وتقتضي الشفافية أن يكون المستهلك على علم مسبق، وبصورة واضحة ومفهومة، بنوع البيانات التي يجري جمعها، والغاية من جمعها، والأساس القانوني للمعالجة، والجهة المسؤولة عنها، والجهات التي يمكن أن تحصل عليها، والمدة التي يمكن الاحتفاظ بها، والحقوق التي يستطيع المستهلك ممارستها بشأنها.¹⁵

ولا تتحقق الشفافية بمجرد وضع سياسة طويلة للخصوصية في الموقع الإلكتروني وإتاحة رابط لها، وإنما ينبغي أن تكون المعلومات الأساسية مفهومة وميسرة للمستهلك العادي. فالموافقة التي يحصل عليها المتعاقد الإلكتروني من خلال نصوص معقدة أو غير واضحة قد تكون من الناحية العملية مجرد موافقة شكلية لا تعكس إرادة حقيقية للمستهلك.¹⁶

وتتصل الشفافية ارتباطاً وثيقاً بمبدأ الرضا، إذ يمثل الرضا في العديد من الأطر القانونية إحدى الوسائل التي يمكن من خلالها إضفاء المشروعية على معالجة البيانات الشخصية. غير أن الرضا القانوني لا ينبغي أن يفهم على أنه مجرد ضغط المستهلك على زر "أوافق"، بل يجب أن يكون قائماً على معرفة كافية بطبيعة المعالجة.

فالرضا المستتير يفترض أن يكون المستهلك قادراً على معرفة ما الذي يوافق عليه تحديداً. فإذا وافق على استخدام بياناته من أجل إتمام عملية الشراء، فإن ذلك لا يعني بالضرورة موافقته على استخدام البيانات ذاتها لأغراض إعلانية أو تسويقية أو تحليلية إضافية، ما لم يكن ذلك داخلاً في نطاق الموافقة التي قدمها وفقاً للقواعد القانونية النافذة.

وتزداد أهمية هذا الأمر في عقود التجارة الإلكترونية التي تعتمد على نماذج جاهزة وشروط موحدة، إذ غالباً ما يجد المستهلك نفسه أمام شروط طويلة معقدة مسبقاً من الطرف المهني، ولا يملك في الغالب القدرة الواقعية على مناقشتها أو تعديلها. ولذلك فإن الحماية الفعالة تقتضي ألا يتحول شرط الموافقة على معالجة البيانات إلى وسيلة لفرض شروط واسعة وغير محددة على المستهلك.¹⁷

الفرع الثاني: الالتزام بمشروعية المعالجة وتحديد الغرض وضمان أمن وسرية البيانات لا يكفي للحصول على الحماية القانونية أن يتم إعلام المستهلك بجمع بياناته، وإنما يجب أن تستند عملية المعالجة نفسها إلى أساس مشروع، وأن يكون الغرض منها محدداً ومعلومياً ومشروعاً، وأن يتم التعامل مع البيانات في الحدود اللازمة لتحقيق ذلك الغرض.

ويعني مبدأ مشروعية المعالجة أن المتعاقد الإلكتروني لا يستطيع التعامل مع البيانات الشخصية بصورة مطلقة لمجرد وصولها إلى حيازته، بل يجب أن تتوافر إحدى الأسس القانونية التي تسمح بالمعالجة وفق النظام القانوني المعني. وقد تتمثل هذه الأسس في موافقة صاحب البيانات، أو ضرورة المعالجة لتنفيذ عقد، أو وجود التزام قانوني، أو غير ذلك من الأسس التي تقرها التشريعات ويرتبط بذلك مبدأ تحديد الغرض، والذي يعني ضرورة تحديد الهدف من جمع البيانات قبل أو عند عملية الجمع، وعدم استخدام البيانات لاحقاً بطريقة تتعارض بصورة غير مشروعة مع الغرض الأصلي.¹⁸

فعلى سبيل المثال، إذا قام المستهلك بتقديم عنوانه ورقم هاتفه من أجل إتمام عملية توصيل سلع، فإن استخدام هذه البيانات لاحقاً لإرسال إعلانات تجارية من أطراف أخرى يحتاج إلى أساس قانوني مستقل أو إلى توافر شروط تسمح بهذا الاستخدام وفق التشريع المعمول به.

ويؤدي تحديد الغرض إلى الحد من ظاهرة جمع البيانات بصورة مفرطة، والتي أصبحت من أبرز سمات الاقتصاد الرقمي. فبعض المنصات قد تجمع كميات كبيرة من البيانات ليس لأنها تحتاج إليها فعلياً لإتمام المعاملة، وإنما لأنها يمكن أن تكون ذات قيمة تجارية مستقبلية.

¹⁵ محمد محمد احمد ابو سيد احمد، حماية المستهلك في الفقه الاسلامي، ط1، منشورات محمد علي ببيزون، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، 2004، ص80

¹⁶ محمد محمد مصباح القاضي، الحماية الجنائية للمستهلك، دار النهضة العربية، 2008، ص43

¹⁷ موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الالكترونية، ط1، منشورات زين الحقوقية، 2011، ص78

¹⁸ نضال سليم برهم، احكام عقود التجارة الالكترونية، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص43

ومن هنا تظهر أهمية مبدأ تقليل البيانات، أي الاختصار على جمع البيانات الضرورية والمناسبة للغرض المحدد. فهذا المبدأ يمنع تحول عملية التعاقد الإلكتروني إلى وسيلة لجمع معلومات واسعة عن المستهلك دون مبرر ومن الالتزامات الأساسية كذلك المحافظة على دقة البيانات، لأن اتخاذ القرارات التجارية استناداً إلى بيانات غير صحيحة قد يؤدي إلى الإضرار بالمستهلك. فقد يؤدي وجود معلومات خاطئة عن عنوان المستهلك أو قدرته الشرائية أو سجله التجاري أو تفضيلاته إلى نتائج غير دقيقة تؤثر في الخدمات المقدمة إليه.¹⁹

كما يترتب على التعاقد الإلكتروني الالتزام بعدم الاحتفاظ بالبيانات لمدة أطول من المدة اللازمة لتحقيق الغرض الذي جمعت من أجله، ما لم يوجد أساس قانوني آخر يبرر الاحتفاظ بها. فكلما طالت مدة الاحتفاظ بالبيانات دون ضرورة، زادت احتمالات تعرضها للتسريب أو الاختراق أو سوء الاستخدام.

المطلب الثاني: واقع الحماية التشريعية وتحديات التطور التكنولوجي

شهدت التشريعات المقارنة خلال السنوات الأخيرة اهتماماً متزايداً بحماية البيانات الشخصية، نتيجة التحول من الاقتصاد التقليدي إلى الاقتصاد الرقمي واعتماد التجارة والخدمات على المعلومات الشخصية للمستخدمين والمستهلكين.²⁰

وتختلف الدول في مدى تطور منظومتها القانونية في هذا المجال. ففي حين اتجهت بعض الدول إلى إصدار تشريعات متخصصة ومتكاملة لحماية البيانات الشخصية، اعتمدت دول أخرى على قواعد دستورية ومدنية وتجارية وجنائية متفرقة.

وتظهر أهمية المقارنة بين العراق ومصر بصورة خاصة، نظراً إلى اختلاف مستوى التنظيم التشريعي المتخصص في كل منهما، فضلاً عن أهمية السوق الرقمية وتوسع استخدام الخدمات الإلكترونية في المنطقة العربية.

الفرع الأول: الحماية القانونية لبيانات المستهلك في التشريعات المقارنة (العراق ومصر)

تمثل الحماية الدستورية نقطة البداية في معالجة مسألة حماية البيانات الشخصية في العراق، إذ كفل الدستور العراقي لسنة 2005 الحق في الخصوصية الشخصية، كما كفل حرية الاتصالات والمراسلات الإلكترونية وغيرها، ووضع قيوداً على مراقبتها أو التنصت عليها أو الكشف عنها إلا وفق الشروط التي حددها القانون والقرار القضائي.²¹

وتكتسب هذه النصوص أهمية كبيرة بالنسبة إلى المستهلك الإلكتروني، لأن البيانات التي يتم تداولها عبر المنصات الإلكترونية ترتبط بصورة مباشرة بالخصوصية الشخصية. كما أن حماية المراسلات والاتصالات الإلكترونية تمثل أساساً مهماً لحماية جزء من البيانات التي تنتقل أثناء عمليات التجارة الإلكترونية.²²

غير أن الحماية الدستورية بطبيعتها تحتاج إلى تشريعات تفصيلية تحدد بصورة دقيقة مفهوم البيانات الشخصية، وأنواعها، والجهات التي يحق لها معالجتها، وحقوق صاحب البيانات، والالتزامات المتحكم والمعالج، والجزاء المترتبة على المخالفات.

وهنا تظهر أهمية وجود تشريع متخصص، لأن البيئة الرقمية تختلف عن البيئة التقليدية من حيث سرعة جمع البيانات وسهولة نسخها ونقلها وتخزينها وتحليلها ومشاركتها عبر الحدود.

¹⁹ هبة ثامر محمود عبد الإله، عقود التجارة الإلكترونية، ط1، منشورات زين الحقوقية، 2011، ص87

²⁰ د. خالد إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني: دراسة مقارنة ط2، دار الفكر الجامعي للطباعة والنشر، الإسكندرية، 2011، ص34

²¹ د. عباس العبودي، التعاقد عن طريق وسائل الاتصال الفوري وحجتها في الإثبات المدني، ط1، دار الثقافة للطباعة والنشر، عمان، 1997، ص123

²² د. حسن محمد بودي، التعاقد عبر الإنترنت، ط1، دار الكتب القانونية للطباعة والنشر، القاهرة، 2009، ص54

أما في مصر فقد اتجه المشرع إلى وضع تنظيم أكثر تخصصاً من خلال إصدار قانون حماية البيانات الشخصية رقم (151) لسنة 2020، وهو ما يمثل إطاراً تشريعياً خاصاً لحماية البيانات الشخصية وتنظيم عمليات جمعها ومعالجتها والاحتفاظ بها والتعامل معها. وثبتت المصادر القانونية المصرية إدراج قانون حماية البيانات الشخصية ضمن التشريعات الصادرة سنة 2020 تحت رقم (151). وتكمن أهمية هذا التنظيم في أنه لا يكتفي بالاعتراف المجرد بالخصوصية، وإنما ينظم عملية معالجة البيانات بصورة مباشرة، ويضع مفاهيم وأدواراً قانونية للأطراف المشاركة في المعالجة.²³ كما أن التشريع المصري يكتسب أهمية بالنسبة إلى التجارة الإلكترونية لأنه يتعامل مع البيانات باعتبارها محلاً لحماية قانونية خاصة، وليس مجرد معلومات عادية تقع دائماً تحت الحماية العامة للقواعد المدنية.

الفرع الثاني: تحديات الذكاء الاصطناعي والبيانات الضخمة وآفاق تطوير القوانين الخاصة أدى التطور التكنولوجي إلى ظهور تحديات جديدة أمام القواعد القانونية التقليدية، ويأتي في مقدمتها استخدام الذكاء الاصطناعي والبيانات الضخمة في تحليل سلوك المستهلك والتنبؤ باهتماماته وتفضيلاته فالأنظمة الحديثة تستطيع تحليل كميات هائلة من المعلومات خلال فترات قصيرة، وربط البيانات التي يقدمها المستهلك بصورة مباشرة مع بيانات أخرى يتم جمعها من مصادر متعددة. وبذلك لم تعد المشكلة القانونية مقتصرة على حماية البيانات التي يدخلها المستهلك بنفسه، وإنما أصبحت تشمل البيانات التي يمكن استنتاجها عنه من خلال تحليل سلوكه الرقمي.²⁴ فعلى سبيل المثال، قد تقوم المنصة الإلكترونية بتحليل عمليات البحث والشراء والصفحات التي زارها المستهلك والوقت الذي قضاه في موقع معين، ثم تستخدم هذه البيانات لإنشاء ملف سلوكي عنه. ويمكن استخدام الملف لاحقاً لتخصيص الإعلانات أو تقديم عروض معينة للمستهلك. وتثير هذه العملية مجموعة من الأسئلة القانونية، أهمها: هل يجوز اعتبار البيانات المستنتجة من التحليل الآلي جزءاً من البيانات الشخصية؟ وهل يحق للمستهلك معرفة أن النظام يقوم بإنشاء ملف سلوكي عنه؟ وما حدود استخدام هذه الملفات في اتخاذ القرارات التجارية؟ وتزداد الإشكالية عندما تكون عملية اتخاذ القرار آلية إلى درجة يصعب معها معرفة السبب الذي أدى إلى ظهور نتيجة معينة للمستهلك. فقد تستخدم المنصة خوارزمية لتحديد العروض أو الأسعار أو مستوى الخدمات اعتماداً على عدد كبير من المتغيرات.²⁵ ومن هنا تبرز الحاجة إلى تعزيز الشفافية الخوارزمية، بحيث لا يكون المستهلك أمام نظام تقني غامض لا يعرف كيف يستخدم بياناته أو كيف يؤثر استخدامها في معاملاته. كما أن الذكاء الاصطناعي يعتمد بدرجة كبيرة على البيانات اللازمة لتدريب النماذج وتحسين أدائها، الأمر الذي قد يؤدي إلى توسيع نطاق جمع البيانات والاحتفاظ بها. وهذا يخلق تعارضاً محتملاً بين متطلبات تطوير الأنظمة الذكية وبين مبادئ تقليل البيانات وتحديد الغرض والاحتفاظ المحدود ومن التحديات الأخرى مشكلة التحيز الناتج عن البيانات المستخدمة في تدريب الأنظمة. فإذا كانت البيانات التاريخية المستخدمة في تدريب النظام تتضمن أنماطاً غير عادلة أو غير دقيقة، فقد ينتج عن النظام قرار يؤثر بصورة غير متساوية في فئات معينة من المستهلكين.²⁶

²³ د. عدنان السرحان ود. نوري خاطر، شرح القانون المدني، ط1، دار الثقافة للنشر والطباعة، عمان، 2008، ص87.
²⁴ تامر الدماطي، إثبات التعاقد الإلكتروني عبر الإنترنت، دراسة مقارنة، أطروحة دكتوراه جامعة عين شمس، مصر، 2008، ص56.
²⁵ فلاح العجمي، الحماية المدنية للمستهلك في العقد الإلكتروني، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2011، ص49.
²⁶ صغير، يوسف، الجريمة المرتكبة عبر الإنترنت، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الدولي للأعمال كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي زو، 2013، ص89.

كما أن استخدام البيانات الضخمة يخلق صعوبة في تحديد حدود المسؤولية، لأن عملية معالجة البيانات قد تشترك فيها عدة جهات: منصة إلكترونية، ومقدم خدمة سحابية، وشركة تحليل بيانات، وشركة تسويق، ومزود تقنيات الذكاء الاصطناعي. وفي هذه الحالة يصبح تحديد الطرف المسؤول عن المخالفة أو التسريب أكثر تعقيداً.²⁷

الخاتمة:

من خلال بحثنا في التنظيم القانوني لحماية البيانات الشخصية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية فقد توصلت الى عدة استنتاجات وتوصيات وهي كما يلي :-

أولاً: الاستنتاجات :-

1. هناك تمييز بين مصطلح التجارة الإلكترونية ومصطلح الاعمال الإلكترونية حيث ان المصطلح الثاني أكثر اتساعاً من الأول وهو يعني استخدام تكنولوجيا المعلومات ، بينما المصطلح الاول يشير عموماً الى جميع المعاملات المتعلقة بالنشاطات التجارية والفردية التي تتم بالاستناد الى تبادل ونقل البيانات الرقمية بما فيها النصوص والاصوات والصور .
2. من ضمن الحماية المدنية التي منحها القانون للمستهلك هي حقه في التفكير ورخصته في الرجوع ، حيث الزم المشرع في قوانين حماية المستهلك المحترف بتسليم المستهلك نسخة من العقد للاطلاع عليه قبل توقيعه لكي يصدر عن رؤية وتبصر . كما لاحظ المشرع اعطاء مهلة تفكير للمستهلك في العقود التي تتم عن بعد يستطيع خلالها العدول عن قراره بشراء السلعة أو استئجارها او الاستفادة من الخدمة .
3. لم يفرق القانون العراقي بين البائع الذي يعلم بالعيب الخفي والبائع الذي يجهله وقد تأثر في حكم ضمان العيب الخفي بالفقه الحنفي ، حيث نصت المادة (558 / ف1) من القانون المدني اذا ظهر بالمبيع عيب قديم كان المشتري مخير ان شاء رده وان شاء قبله بثمنه المسمى.
4. ان التسوق عبر الانترنت يرتبط بالطرق الإلكترونية ، لذلك فالاجهزة وثيقة الصلة بالتجارة الإلكترونية، ويمكن عن طريق هذه الصلة تحويل المبالغ المالية لحسابات اخرى ويتم كذلك دفع الفواتير وتحويل المبالغ المالية لجهات خارج البنك وكل ذلك عن طريق الصرافة الإلكترونية .

ثانياً : التوصيات :

1. دعوة المشرع العراقي الى الإسراع في سن قانون اتحادي خاص لحماية البيانات الشخصية , يتماشى مع المعايير الدولية واللائحة الاوربية (GDPR) والتجارب العربية المقارنة, مع انشاء هيئة وطنية مستقلة لحماية البيانات .
2. يجب على المشرع العربي بصورة عامة والعراقي بصورة خاصة تفعيل حماية المستهلك باعتباره انسان يمثل قيمة سيما في ظل تزايد حالات الغش والتقليد الصناعي والتجاري مع التقدم التكنولوجي الهائل الذي تشهده البشرية في الوقت الحالي .
3. الزام المنصات والمتاجر الالكترونية بتبني سياسات امن سبيراني صارمة وتطبيق مبدأ الخصوصية بالتصميم والتلقائية والتشفير الكامل لبيانات الدفع والبطاقات الائتمانية .
4. عند سن قواعد خاصة لحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية يتعين على المشرع العراقي مراعاة الطبيعة الخاصة لهذه العقود من حيث وسيلة انعقادها ومن حيث انطوائها دائماً على طرف اجنبي
5. اطلاق برامج وطنية لنشر الثقافة الرقمية والقانونية بين المستهلكين لتوعيتهم بحقوقهم الرقمية وكيفية حماية بياناتهم في الفضاء الالكتروني.

²⁷ جمال التكماس ، حماية المستهلك واثرها على النظرية العامة للعقد في القانون المدني الكويتي ، مجلة الحقوق ، العدد

المصادر والمراجع

1. ابراهيم الدسوقي ابو الليل ، العقد الغير اللازم، دراسة متعمقة في الشريعة الاسلامية والقوانين الوضعية ، مطبوعات جامعة الكويت، 1994
2. اسامة قايد، الحماية الخاصة وبنوك المعلومات، دار النهضة العربية، 1944
3. ضمير حسين ناصر المعموري، منفعة العقد والسند الخفي، ط1 ، منشورات زين الحقوقية، 2009
4. عايد قايد عبد الفتاح فايد، الالتزام بضمان السلامة في عقود السياحة في ضوء قواعد حماية المستهلك ، دار الكتب العلمية، 2006
5. عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني ، مصادر الالتزام ، دار احياء التراث العالمي ، بيروت، 1973
6. عبد العزيز المرسي حمود ، الحماية المدنية الخاصة لرضاء المشتري في عقود البيع التي تتم عن بعد ، دار المعرفة، 2005 .
7. عبد الفتاح بيومي حجازي ، حقوق الملكية الفكرية وحماية المستهلك في عقود التجارة الالكترونية ، دار الكتب القانونية ، مصر ، 2008
8. غيدان رباح ، قانون حماية المستهلك الجديد، ط1 مكتب الزين الحقوقية ، بيروت، 2011
9. فريد منعم جبور، حماية المستهلك عبر الانترنت ومحافحة الجرائم الإلكترونية، ط1 ، منشورات الحلبي الحقوقية، 2010
10. قاسم احمد القيسي ، الحماية القانونية للمستهلك ، ط 1 ، الدار العالمية الدولية ودار الثقافة للنشر والتوزيع، 2002
11. محمد ابراهيم ابو الهيجاء ، عقود التجارة الإلكترونية ، ط1 ، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2011
12. محمد المرسي زهرة، الحماية القانونية للمستهلك ، ج2، منشور ضمن سلسلة ندوة الثقافة والعلوم، 1996
13. محمد حسين منصور ، المسؤولية الإلكترونية ، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، 2003
14. محمد محمد احمد ابو سيد احمد، حماية المستهلك في الفقه الاسلامي، ط1، منشورات محمد علي بيضون ، دار الكتب العلمية ، بيروت - لبنان ، 2004
15. محمد محمد مصباح القاضي ، الحماية الجنائية للمستهلك ، دار النهضة العربية، 2008
16. موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الالكترونية، ط1، منشورات زين الحقوقية، 2011
17. نضال سليم برهم، احكام عقود التجارة الالكترونية، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2010
18. هبة ثامر محمود عبد الاله ، عقود التجارة الإلكترونية ، ط1، منشورات زين الحقوقية، 2011
19. د. خالد إبراهيم، إبرام العقد الالكتروني: دراسة مقارنة ط2، دار الفكر الجامعي للطباعة والنشر، الإسكندرية، 2011
20. د. عباس العبودي، التعاقد عن طريق وسائل الاتصال الفوري وحجتها في الإثبات المدني، ط1، دار الثقافة للطباعة والنشر، عمان، 1997
21. د. حسن محمد بودي، التعاقد عبر الإنترنت، ط1، دار الكتب القانونية للطباعة والنشر، القاهرة، 2009
22. د. عدنان السرحان ود. نوري خاطر، شرح القانون المدني، ط1، دار الثقافة للنشر والطباعة، عمان، 2008
23. تامر الدمياطي، إثبات التعاقد الالكتروني عبر الإنترنت، دراسة مقارنة، أطروحة دكتوراه جامعة عين شمس، مصر، 2008

24. فلاح العجمي، الحماية المدنية للمستهلك في العقد الالكتروني، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2011
25. صغير، يوسف، الجريمة المرتكبة عبر الإنترنت، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الدولي للأعمال كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي زو، 2013
26. جمال التكماس ، حماية المستهلك واثرها على النظرية العامة للعقد في القانون المدني الكويتي ، مجلة الحقوق ، العدد (2)، 1989