كلية الحقوق
قسم القانون المدني

المسؤولية المدنية عن الإعلانات التجارية عبر الإنترنت

رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه فى الحقوق

من الباحث

بسام فنوش الجنيد

لجنة المناقشة والحكم على الرسالة:

أ.د/ فيصل زكي عبد الواحد (مشرفاً ورئيساً)

أستاذ ورئيس قسم القانون المدني سابقاً - كلية الحقوق - جامعة عين شمس

أ.د/ عاطف عبد الحميد حسن (مشرفاً وعضواً)

أستاذ القانون المدني - وكيل كلية الحقوق سابقاً - جامعة عين شمس

أ.د/ محمد السعيد رشدي (عضواً)

أستاذ القانون المدنى - وكيل كلية الحقوق سابقاً - جامعة بنها

أ.د/ محمد محي الدين إبراهيم سليم (عضواً)

أستاذ القانون المدنى – وكيل كلية الحقوق سابقاً – جامعة المنوفية

١٤٣٨هـ - ٢٠١٦ م

كلية الحقوق
قسم القانون المدني

صفحة العنوان

اسم الباحث: بسام فنوش الجنيد

اسم الرسالة : المسؤولية المدنية عن الإعلانات التجارية عبر الإنترنت

الدرجة العلمية: الدكتوراه.

القسم التابع له : القانون المدني

الكلية: الحقوق.

الجامعة: جامعة عين شمس.

سنة التخرج: ٢٠١١

سنة المنح: ٢٠١٦

كلية الحقوق

قسم القانون المدني

رسالة دكتوراه

اسم الباحث: بسام فنوش الجنيد

اسم الرسالة : المسؤولية المدنية عن الإعلانات التجارية عبر الإنترنت

الدرجة العلمية : الدكتوراه.

لجنة لجنة المناقشة والحكم على الرسالة:

أ.د/ فيصل زكي عبد الواحد (مشرفاً ورئيساً)

أستاذ ورئيس قسم القانون المدني سابقاً - كلية الحقوق - جامعة عين شمس

أ.د/ عاطف عبد الحميد حسن (مشرفاً وعضواً)

أستاذ القانون المدني - وكيل كلية الحقوق سابقاً - جامعة عين شمس

أ.د/ محمد السعيد رشدي (عضواً)

أستاذ القانون المدنى - وكيل كلية الحقوق سابقاً - جامعة بنها

أ.د/ محمد محي الدين إبراهيم سليم (عضواً)

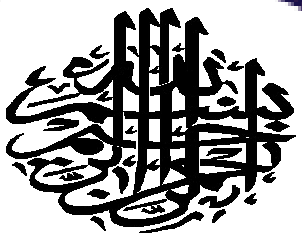
أستاذ القانون المدنى – وكيل كلية الحقوق سابقاً – جامعة المنوفية

الدراسات العليا

ختم الإجازة: **أُجيزت الرسالة:** **بتاريخ / /**

موافقة مجلس الكلية **موافقة مجلس الجامعة**

بتاريخ / / **بتاريخ / /**



﴿ رَبِّ أَوْزِعْنِيٓ أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ ٱلَّتِيٓ
أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَىٰ وَٰلِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ
صَٰلِحًا تَرْضَىٰهُ وَأَدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي
عِبَادِكَ ٱلصَّٰلِحِينَ ﴾

صدق الله العظيم

(سورة النمل – الآية ١٩)

إهـــداء

إلهي لايطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك، ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك اللهم لك الحمد والشكر كما ينبغي لجلال وجهك وعظيم سلطانك.

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة، إلى نبي الرحمة ونور العالمين، سيدنا محمد صل الله عليه وسلم.

إلى قدوتي الأولى، وإلى من أخذ بيدي وأوصلني شاطئ الأمان، إلى من أشبعني بدفء حنانه وحبه، إلى من رفعت رأسي عاليًا إفتخارًا به، إلى من أعطاني ولم يزل يعطي بلا حدود، إلى سندي الذي أقف على قدمي مرتكزة عليه، إلى ملجيء وملاذي بعد الله، إلى من احتواني قلبه الطيب، وأزال بابتسامته الحنون همومي، يامن أفديه بروحي أبي العزيز.

وإلى من أكبر وأنا عندها صغير، وأشيب وأنا لديها طفل، نسيني الناس إلاهي، تغير عليَ العالم إلا هي، الله يا أمي كم غسلت خدودك بالدموع حينما سافرتُ، وكم عفتِ المنام يوم غبتُ، يا أمي ليتني أغسل بدموع الوفاء قدميك، وأحمل في مهرجان الحياة نعليك، يا أمي: ليت الموت يتخطاكِ إليَ، وليت البأس إذا قصدك يقع عليَ.

وإلى من يسعد قلبي بلقياهم، إلى من هم أقرب إليَ من روحي، إلى من شاركني حضن الأم والأب وبهم استمد عزتي وإصراري أخوتي وأخواتي.

إلى من خففوا عني عناء الغربة ومثلوا لي الأخوة الصادقة.... أصدقائي وأحبتي في الله جميعاً.

إلى بلدي الحبيبة سورية إليك أيها الوطن الغالي... كل الدعاء إلى أبواب السماء ليزيل عنك الغمة.

إلى أهل مصر كنانة الله في الأرض.... كل الدعاء بالأمن والأمان.

داعياً الله عز وجل أن يجعل هذا العمل في ميزان حسناتي يوم القيامة، إنه نعم المولى ونعم النصير....

إليهم جميعًا أهديهم هذا العمل المتواضع

شكر وتقدير

الحمد لله المنان،المنزل على عبده الفرقان، الممتن على الإنان بنعمة البيان والصلاة والسلام على أفصح لسان، وانطق بيان، نبيّنا العربي العدنان.

أما وقد أنهيت كتابة هذه الرسالة، كان حقاً عليَ أن اتقدم بخالص الشكر والتقدير وأسمى عبارات الامتنان لأستاذي الفاضل العالم الجليل القيمة والقامة صاحب الأخلاق الرفيعة معالي **الأستاذ الدكتور/ فيصل زكي عبدالواحد**، أستاذ ورئيس قسم القانون المدني سابقاً - كلية الحقوق – جامعة عين شمس بقبولي تلميذاً عنده والإشراف على الرسالة وترأسه لجنة الحكم عليها وتقويمها حيث ارتبط اسمي باسم فقيه كبير وعلم من أعلام القانون المدني فمنحني بذلك شرفاً عظيما ووساماً رفيعاً، ويسر لي السبيل وتكرم علي بجهده ووقته، فواكبها منذ بدايتها كفكرة في الذهن إلى أن ظهرت بهذه الصورة التي بين أيديكم والذي وجدته عظيماً في تواضعه كبيراً في ترفعه، عالماً في فكره. ولمست منه اسداء المعروف وسماحة الخلق وطيب المعدن وسخاء النفس. ولا يسعني في هذا المقام، أمام عجزي عن وفائه، إلا أن أدعوا الله عز وجل ان يحفظه ويبقيه للعلم ذخراً ولطلبة العلم عوناً، أسأل الله تعالى أن يجزيك عني خير الجزاء وأن يرفع قدرك وأن يجعل مجهوداتك في ميزان حسناتك، إنه ولي ذلك والقادر عليه.

كما يسرني أن اتقدم بخالص الشكر والتقدير وأسمى عبارات الامتنان إلى العالم الجليل القيمة والقامة صاحب الأخلاق الرفيعة معالي **الأستاذ الدكتور/ عاطف عبد الحميد حسن** أستاذ القانون المدني ووكيلة كلية الحقوق سابقا – جامعة عين شمس لتكرم سيادته الاشتراك في الاشراف على الرسالة، فأفاض عليها قيمة لا مثيل لها مما له من علو المقام وغزير العلم، ولا يسعني في هذا المقام إلا أن أشكر سيادته على صبره واحتماله لنا طيلة فترة البحث من ظروف دراسية وعلمية أسأل الله تعالى أن يجزيك عني خير الجزاء وأن يرفع قدرك وأن يجعل مجهوداتك في ميزان حسناتك، إنه ولي ذلك والقادر عليه.

كما أتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى العالم الجليل القيمة والقامة صاحب الأخلاق الرفيعة معالي **الأستاذ الدكتور/ محمد السعيد رشدي**، أستاذ القانون المدني ووكيل كلية الحقوق سابقاً - جامعة بنها، الذي أدين له بالفضل والعرفان، لتفضل سيادته الاشتراك في مناقشة هذا البحث وتحمل أعباء قراءته للإسهام في إثرائه، وهو ما يعتبر وساماً لهذه الرسالة أسأل الله تعالى أن يجزيك عني خير الجزاء وأن يرفع قدرك وأن يجعل مجهوداتك في ميزان حسناتك، إنه ولي ذلك والقادر عليه.

كما أتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى العالم الجليل القيمة والقامة صاحب الأخلاق الرفيعة معالي **الأستاذ الدكتور/ محمد محي الدين إبراهيم سليم**، أستاذ القانون المدني- كلية الحقوق - جامعة المنوفية، على موافقة سيادته الاشتراك بعضوية لجنة المناقشة والحكم على الرسالة، وتحمله أعباء قراءتها للإسهام في إثرائها أسأل الله تعالى أن يجزيك عني خير الجزاء وأن يرفع قدرك وأن يجعل مجهوداتك في ميزان حسناتك، إنه ولي ذلك والقادر عليه.

الباحث

المقدمة

قبل التطرق إلى موضوع الدراسة يجب الإلمام بمجموعة من المحاور الرئيسية التي من خلالها يمكن عرض الإطار العام للدراسة، وتتمثل تلك المحاور فيما يلي:

أولاً: التعريف بموضوع الدراسة:

مع نهايات القرن العشرين شهد العالم – وبشكل لم يسبق له مثيل– تطوراً هائلاً ومتسارعاً في عالم الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات؛ ونتيجة لهذه التطورات التكنولوجية وما صاحبها من تقدم في صناعة الحاسبات الآلية، بدا العالم كقرية صغيرة فاهتزت فيه الحواجز، وتداخل وتشابك وارتبط سكانه بشبكة إنترنت عالمية يسبح فيها الجميع بحريَّة، فإذا بها ثورة معلوماتية، وثقافية، واقتصادية...، عزَّ لها نظير.

وإذا كان مبدأ حرية التجارة يسمح للمعلنين باستخدام الوسائل الكفيلة بجذب عملائهم، ويقع الإعلان على رأس هذه الوسائل، فإن المنافسات الإعلانية يجب أن تتم في إطار قواعد قانونية تحد من التعسف أو الممارسات غير المشروعة لهذه الحرية؛ حماية للمستهلكين، وإذا كان الإنترنت يقدم العديد من الفوائد والمزايا للإعلانات التجارية، فإن استخدام الشبكة كدعامة إعلانية قد أثار العديد من المشاكل وخاصة من الناحية التقنية وصعوبة الرقابة الفعّالة لما يبث على هذه الشبكة العابرة للحدود. فقد تتم الإعلانات على شبكة الإنترنت بطريقة مجهولة وتروج لسلع وخدمات ممنوعة كليّاً، كالإعلان عن المخدرات أو الإعلانات التي تحرض على العنصرية أو الإعلانات التي تنطوي على كذب وتضليل أو الإعلانات المقارنة.

وعلى الرغم من تزايد استخدام شبكة الإنترنت في الإعلانات التجارية، والتي تلعب دوراً أساسياً في تسويق السلع والخدمات إلى أكبر عدد من المستهلكين، تعد شبكة الإنترنت في هذا الخصوص ثورة حقيقية في مجال التسويق. فمع تزايد التجارة الإلكترونية وتطورها، لم تعد تلك الشبكة وسيلة

اتصال فحسب، ولكنها أصبحت وسيلة للتسويق المباشر للسلع والخدمات بما تتميز به من صفة التفاعلية التي تجمع بين المعلن والمستهلك في حوار مباشر. هذا بالإضافة إلى أن نشر الإعلان على شبكة دولية تستقبل في كل أنحاء العالم يزيد فرص وصول الإعلان إلى قاطني هذه الدول، وتضاعف المستهلكين وتعاظم الأرباح.

والواقع العملي يُثبت أن تداول المعلومات عبر شبكة الإنترنت بحاجة إلى تضافر جهود الأشخاص القائمين على إدارتها، والذين تتنوع أدوارهم وأنشطتهم في تشغيلها. فحتى يتمكن مستخدمو الإنترنت من الدخول إلى الشبكة، والإبحار فيها بحرِّية، والوصول إلى ما يصبون إليه من معلومات أو بثها، لا بد من وجود عدَّة أشخاص، يُطلق عليهم عادةً مصطلح "مزودي أومقدمي خدمات الإنترنت"، أو "الوسطاء في خدمات الإنترنت"، يتولُّون عملية إيواء المعلومات، وبثِّها، وعرضها. وهذا التنوُّع في أدوارهم والتعدُّد في أنشطتهم يجعل من اليسير عليهم تتبُّع النشاط المعلوماتي غير المشروع وكشفه، إلاَّ أن تحقيق ذلك يبقى رهن وجود ضوابط قانونية تُحدِّد حقوق أطراف النشاط الإلكتروني والتزاماته في مواجهة بعضهم البعض من جهة، وفي مواجهة المجتمع الذي يعيشون فيه من جهة أخرى؛ لذا بدت الحاجة ماسة لإيجاد تنظيم تشريعي متكامل يُحدد المركز القانوني لمزودي خدمات الإنترنت، ويبين في نفس الوقت مسؤولية كلٍّ منهم عمّا يُرتكب من مخالفات عبر الشبكة، الأمر الذي لا يُمكن تحقيقه إلا بتضافر جهود المشرِّعين على الصعيدين: الوطني والدولي.

وهكذا أصبح استخدام الإنترنت كدعامة لنشر الإعلانات التجارية في الوقت الحالي أمراً واقعيّاً، بحيث باتت غالبية المشاريع التجارية والتجار تلجأ إليه لغرض الترويج للمنتجات والخدمات المراد الإعلان عنها، وعلى الرغم من أهمية الإنترنت في نشر الإعلانات التجارية وما يحققه من فوائد ومزاية كبيرة في بث هذه الإعلانات وسعة انتشارها، إلا أنه من ناحية أخرى قد يترتب على ذلك مخاطر تلحق الضرر بالأشخاص والمجتمع بصفة عامة؛ وبالتالي فإنها تبقى

بحاجة إلى إيراد تنظيم قانوني يعالج المسائل والإشكاليات القانونية التي قد يثيرها اللجوء إلى هذه الوسيلة الإعلانية؛ وذلك من خلال وضع إطار قانوني يحكم مدى مشروعية هذه الإعلانات التي تبث عبر شبكة الإنترنت، من خلال البحث في القواعد العامة التي تحكم الإعلانات التجارية ومحاولة قياسها على الإعلانات التي تبث عبر شبكة الإنترنت، أو تحليل القواعد التي صدرت خصيصاً لتنظيم نشاط الإعلان عبر شبكة الإنترنت، لتقييمها وتقدير مدى فاعليتها؛ وبغية الوصول إلى هذا الهدف لن يقتصر البحث على تحليل القواعد المستمدة من التشريعات الداخلية، وإنما يشمل تحليل القواعد المستمدة من التوجيهات الأوربية وقواعد السلوك التي تحكم نشر الإعلانات عبر شبكة الإنترنت، بالإضافة إلى عرضٍ وتحليل لموقف القضاء في بناء الإطار القانوني من كافة جوانبه. كله بغية الوصول إلى تنظيم قانوني خاص ينظم الإعلانات التجارية التي تتم عبر شبكة الإنترنت، وينظم ويحكم مسؤولية إشخاص الإعلانات التجارية التي تتم عبر شبكة الإنترنت عما تسببه هذه الإعلانات من أضرار بالغير وجمهور المستهلكين.

ثانيًا: أهمية الدراسة وأسباب اختيار الموضوع:

تعد دراسة موضوع المسؤولية المدنية عن الإعلانات التجارية التي تتم عبر شبكة الإنترنت من الأهمية والصعوبة بمكان وذلك لأن "الإنترنت ليس منطقة بلا قانون" كما يقال، بل تتضافر العديد من القواعد القانونية التي تحكم النشاط الإلكتروني، وهذه القواعد تجد مصدرها في القانون الجنائي أو القانون المدني وقانون حماية المستهلك أو التشريعات الخاصة بحرية الصحافة والنشر والتشريعات الخاصة بالتجارة الإلكترونية في البلدان التي أصدرت مثل هذه التشريعات، لذا تكون المسائل أدق وأصعب في البلدان التي لم تصدر فيها مثل هذه التشريعات. كما أن تحديد المسؤولية عن الأضرار التي تنتج عن شبكة الإنترنت يعد من أدق الموضوعات التي يمكن التصدي لها، وذلك بسبب الطابع الفني المعقد للشبكة، فهي شبكة عالمية لا تخضع لهيمنة منظمة أو حكومة

معينة، ولا توجد فيها إدارة مركزية كما هو الحال في الإعلام المرئي أو المسموع أو المكتوب الذي يتسم بالطابع المركزي، ويسهل فيه تحديد الأدوار وتوزيع المسؤوليات، في الوقت الذي يصعب فيه ذلك عندما نكون بصدد شبكة الإنترنت التي تتسم بتضافر جهود متعددة وتنوع في المهام وتبادل في الأدوار، إذ قد يقوم الشخص بمهمة أو أكثر، لذا يتعين تحديد المركز القانوني لكل منهم ومدى مسؤوليته عن الأضرار التي تنتج عن استخدام الشبكة.

كما أن صعوبة الحديث عن المسؤولية في مجال الإعلانات التجارية عبر شبكة الإنترنت، وذلك بسبب كثرة الأشخاص الذين يقومون بتنظيم الإعلانات عبر شبكة الإنترنت كالمعلن وشركات الإعلان وأداة الإعلان التي يبث أو ينشر عليها هذا الإعلان،(والمقصود بأداة الإعلان في هذا البحث هي شبكة الإنترنت باعتبارها دعامة إعلانية، وتتمثل في القائمين على تنظيم شبكة الإنترنت، وهم مزودو خدمات الإنترنت ووسطاؤها)، وكذلك لصعوبة تحديد الدور الفني لكل منهم في تنظيم الإعلانات التجارية عبر الشبكة بسبب تداخل وتشابه الأدوار وتقاربها، وأيضا بسبب قلة النصوص التشريعية الخاصة التي تنظم المسؤولية عبر شبكة الإنترنت، وتضارب أحكام القضاء في معالجة مسؤولية أشخاص هذه الإعلانات، فتارة يقيم مسؤوليتهم، وتارة أخرى يقرر عدم مسؤوليتهم إلا بشروط معينة. وترجع الأهمية في تنظيم المسؤولية المدنية عن الإعلانات التجارية غير المشروعة عبر شبكة الإنترنت، في تحديد دور كل شخص من أشخاص الإعلانات التجارية لتحديد مسؤوليتهم عن محتوى الرسالة الإعلانية، كما تكمن هذه الأهمية في البحث عن القواعد التي يمكن أن تنظم هذه المسؤولية، فنجد القواعد التشريعية المستمدة من قوانين وضعت خصيصاً لتنظم مسؤولية أشخاص الإعلانات التجارية عبر شبكة الإنترنت أو مستمدة من قوانين تنظم أشخاص الإعلانات التي تبث أو تنشر عبر دعامة أخرى بخلاف الإنترنت مثل الصحف والإذاعة والتليفزيون والدعامات السمعية والبصرية، وتقبل

التطبيق على شبكة الإنترنت، هذا بالإضافة إلى تطبيق القضاء للقواعد العامة في المسؤولية المدنية.

من هنا، تبدو أهمية هذا الموضوع، وتتَّضح الأسباب التي دفعتنا لاختياره، والذي سنلقي من خلاله الضوء على تجارب الدول التي سبقتنا ونظَّمت هذا المجال، وبخاصَّةٍ التجربة الأُوروبية والفرنسية، والأمريكية للاستفادة منها قدر الإمكان، ولتسخير ما توصَّل إليه القانون، والقضاء، والفقه، في هذه الدول في خدمة قانوننا وقضائنا وباحثينا.

ثالثًا: مشكلة الدراسة وأهدافها:

تحاول هذه الدراسة الإجابة عن التساؤل المتعلق بمدى إمكانية قيام المسؤولية المدنية على أشخاص الإعلانات التجارية عبر شبكة الإنترنت عما تحتويه هذه الإعلانات من معلومات وبيانات غير مشروعة التي يقومون بنشرها وبثها عبر شبكة الإنترنت، نتيجة إخلالهم بالتزاماتهم القانونية، وذلك بمخالفتهم شروط مشروعية هذه الإعلانات، الأمر الذي أدى إلى وجود العديد من المشكلات القانونية وأوجد فراغًا تشريعيًا في بعض الحالات التي لم يتم تنظيمها في التشريع المقارن.

وبالتالي فإن أهمية دراسة هذا الموضوع تتحدد في حل هذه الإشكالية التي عرضها الباحث وذلك باتباع الآتي:

١- بيان مدى ملاءمة إمكانية تطبيق المسؤولية المدنية عبر شبكة الإنترنت، عن الأضرار التي تسببها الإعلانات التجارية غير المشروعة. وذلك من خلال بيان أقسام المسؤولية المدنية (العقدية، التقصيرية، الموضوعية) ومدى انطباقها على شبكة الإنترنت.

٢- بيان مدى مشروعية الإعلانات التجارية عبر شبكة الإنترنت، وذلك من خلال بيان مفهومها وشروط مشروعيتها، وبيان طبيعتها القانونية هل هي إعلانات تجارية لها قيمة عقدية أم لها قيمة إرشادية فقط، وهل

تشكل إيجاباً باتّاً أم أنها تشكل دعوة للتفاوض أو التعاقد؟ بالإضافة لبيان المبادئ التي تحكم هذه الإعلانات عبر شبكة الإنترنت.

٣- بيان ظاهرة الإعلانات الكاذبة أو المضللة، وما إذا كان هناك فرق بينهما من حيث الحكم القانوني، والمعيار الذي يمكن اعتماده عند تقدير الكذب أو التضليل الإعلاني، والمحل الذي ينصب عليه الكذب أو التضليل.

٤- بيان المقصود من إعلانات البريد الإلكتروني غير المرغوب فيها، وموقف التشريعات منها، وبيان الوسائل (وسائل تقنية، ووسائل قانونية) التي يمكن من خلالها مواجهة تلك الإعلانات المزعجة.

٥- بيان المقصود بالإعلانات المقارنة، ومدى مشروعية لجوء المعلن لها، وموقف التشريعات من مدى مشروعيتها، وشروط مشروعيتها.

٦- بيان مدى مسؤولية المعلن المدنية عن الإعلانات التجارية الكاذبة أو المضللة عبر شبكة الإنترنت، هل هي مسؤولية عقدية (إذا كانت تشكل إيجاباً) أم تقصيرية (إذا كانت تشكل دعوة للتعاقد أو التفاوض) أم موضوعية (إذا كانت تحتوي على منتجات معيبة أو خطرة)؟، وبيان موقف التشريعات والفقه والقضاء من هذه المسؤولية، ووسائل مواجهتها عبر شبكة الإنترنت من خلال إعلام المستهلك بالبيانات الضرورية والرقابة القانونية عليها.

٧- بيان مدى مسؤولية المعلن عن الإعلانات المقارنة في مواجهة التاجر المنافس إذا كانت هذه الإعلانات تمثل منافسة غير مشروعة، وذلك على أساس دعوى المنافسة غير المشروعة.

٨- بيان مدى المسؤولية المدنية للقائمين على تنظيم خدمات الإنترنت عن محتوى الإعلانات التجارية غير المشروعة والتي تلحق ضرراً بالغير، وذلك ببيان مدى مسؤولية مزودي خدمات الإنترنت المدنية عن محتوى هذه الإعلانات، وتحديد الدور الذي يقوم به كل مزود في وجوده على

شبكة الإنترنت وأساس مسئوليتهم عن هذا المضمون وشروط تحققها. وبيان مدى مسؤولية وسطاء الإنترنت المدنية عن هذا المحتوى غير المشروع من خلال بيان مدى مسؤولية متعهدي الإيواء وموردي المعلومات ومنظمي منتديات المناقشة، وبيان أساس مسؤوليتهم وفقاً للقواعد العامة أو وفقاً لنظام قانوني خاص بالمزودين، والاختلافات الفقهية والقضائية حول ذلك، بالإضافة لبيان القواعد الخاصة التي تنظم مسؤوليتهم عن محتوى هذه الإعلانات عبر شبكة الإنترنت.

رابعًا: الصعوبات التي يثيرها موضوع الدراسة:

إن البحث في مجال التنظيم القانوني لشبكة الإنترنت عمومًا يواجهه بعض الصعوبات، بالإضافة إلى أن البحث في مجال المسؤولية المدنية عن الإعلانات التجارية عبر شبكة الإنترنت على وجه الخصوص يواجه صعوبات إضافية، ويمكن تلخيص هذه الصعوبات التي واجهتنا خلال الدراسة بوجه عام فيما يلي:

١- في الواقع، إن اختيار هذا الموضوع يحمل في طياته تحديًا يتمثل في حداثته، وعدم وجود تنظيم تشريعي أو أحكام قضائية في كل من جمهورية مصر العربية وبعض الدول العربية تعالج المشكلات القانونية التي أفرزتها بيئة الإنترنت، فضلاً عن قلة الأبحاث القانونية المتخصصة في المسؤولية المدنية عن الإعلانات التجارية عبر شبكة الإنترنت، مما دفعني إلى اللجوء إلى التشريعات الأجنبية وتحديدًا التوجيه الأوروبي حول التجارة الإلكترونية والتوجيهات المتعلقة بالإعلانات التجارية وحماية المستهلك، والقانون الفرنسي المتعلق بالثقة بالاقتصاد الرقمي وقانون حماية المستهلك، لاستلهام الحلول منها بعد تطويع أحكامها بما يجعلها تتوافق أو تتلاءم مع التشريعات العربية، وذلك لأن التجارب التشريعية وكذلك أحكام القضاء ذات الصلة لا يجدها الباحث المهتم بهذا الشأن في وطننا العربي، بما يحتم عليه الرجوع إلى القوانين والأحكام القضائية التي تتعلق بالمسائل محل

البحث في الدول المتقدمة ومحاولة فهمها من أجل وضع الحلول الملائمة للإشكاليات القانونية التي يتعرض لها في البحث.

٢- إن تعلق موضوع الدراسة بالإنترنت اقتضى ضرورة الرجوع إلى النواحي الفنية والتنظيمية لشبكة الإنترنت في كل مسألة يتم تناولها في البحث لفهم الطبيعة الفنية والتقنية لعمل مزودي الخدمات، وهذا أمر شاق على الباحث القانوني غير المتخصص بالاطلاع على الأمور التقنية لبنية الإنترنت، مما استلزم من الباحث الاطلاع على النواحي الفنية للإنترنت، وذلك من أجل الإلمام بالجوانب العملية لعمل مزودي الخدمات.

٣- صعوبة الحديث عن المسؤولية في مجال الإعلانات التجارية عبر شبكة الإنترنت، بسبب كثرة الأشخاص الذين يقومون بتنظم الإعلانات عبر شبكة الإنترنت كالمعلن وشركات الإعلان وأداة الإعلان التي يبث أو ينشر عليها هذا الإعلان،(والمقصود بأداة الإعلان في هذا البحث هي شبكة الإنترنت باعتبارها دعامة إعلانية، وتتمثل بالقائمين على تنظيم شبكة الإنترنت، وهم مزودو خدمات الإنترنت ووسطاؤها).

٤- صعوبة تحديد الدور الفني الذي يؤديه كل شخص من أشخاص الإعلانات في تنظم الإعلانات التجارية عبر الشبكة بسبب تداخل وتشابه الأدوار وتقاربها.

٥- قلة النصوص التشريعية الخاصة التي تعالج مسؤولية أشخاص الإعلانات التجارية عبر شبكة الإنترنت، فبالكاد نجد بعض التشريعات والتوجيهات الأوربية القليلة التي تعالج بعض مسؤولية هؤلاء الأشخاص.

٦- وتضارب أحكام القضاء في معالجة مسؤولية أشخاص هذه الإعلانات، فتارة يقيم مسؤوليتهم، وتارة أخرى يقرر عدم مسؤوليتهم إلا بشروط معينة.

٧- إن بحث المسؤولية المدنية المترتبة على الإعلانات عبر الإنترنت على وجه الخصوص يواجهه بعض الصعوبات أيضًا بالإضافة إلى ما تم تناوله من صعوبات أعلاه، وتتمثل هذه الصعوبات في أن تناول المسؤولية المدنية عبر الإنترنت بالبحث لابد أن يسبقه قبل ذلك بحث قانوني عن خصوصيات التعامل عبر الإنترنت أولاً، مما يجعل الباحث في موضوع المسؤولية المدنية في العالم الافتراضي يتطرق إلى موضوعات عديدة تتعلق بالتنظيم القانوني والاتفاقي لتلك المعاملات قبل البدء في شرح أحكام المسؤولية المدنية، فقبل أن نبدأ بتناول المسؤولية المدنية عن الإعلانات التجارية عبر شبكة الإنترنت، قمنا بالاطلاع على الأبحاث والدراسات التي جرت بشأن الالتزامات في عالم الإنترنت، سواء كانت عقدية مثل التطرق إلى عقود خدمات الإنترنت التي يبرمها أشخاص الإعلانات التجارية من معلنين ومزودي الخدمات مع المستخدمين لهذه الشبكة، وذلك لتحديد التزاماتهم، أم كانت التزامات قانونية تترتب على عاتق أشخاص الإعلانات التجارية عبر شبكة الإنترنت، وتقضي بعدم إلحاق الضرر بالغير وذلك بعدم المساهمة أو المشاركة في نشر مضمون غير مشروع عبر شبكة الإنترنت كونه يشكل ركن الخطأ الموجب لمسؤوليتهم تجاه الغير في المسؤولية التقصيرية، ثم نستخدم النتائج المستخلصة من هذه المرحلة وننطلق منها عند بحثنا للمسؤولية المدنية عن الإعلانات التجارية عبر شبكة الإنترنت من خلال تسليط الضوء على انعكاسات خصوصيات المعاملات عبر الإنترنت على أحكام المسؤولية المدنية عمومًا.

خامسًا: منهج الدراسة:

لما كان لكل دراسة قانونية منهجًا يعتبر أداة الباحث في إعداد رسالته أو أطروحته، بالتالي تتعدد تلك المناهج البحثية التي يتم اختيارها اعتمادًا على